FAIDATUR ROBIAH

Tinta Medina

MARKETING HEBAT ALA RASULULLAH ﷺ

Menyelami Strategi Bisnis secara Syar'i Penuh Keuntungan



ISBN 978-602-5731-76-1

Perpustakaan Pribadi


بسم الله الرحمن الرحيم

FAIDATUR ROBIAH

MARKETING HEBAT ALA RASULULLAH ﷺ

Menyelami Strategi Bisnis secara Syar'i Penuh Keuntungan

Tinta Medina
Solo

MARKETING HEBAT ALA RASULULLAH ﷺ

Menyelami Strategi Bisnis secara Syar'i Penuh Keuntungan
Faidatur Robiah

Editor: Fiedha Hasiem
Desain Sampul dan Isi: Pras Santosa
Penata Letak Isi: Diyantomo
Proofreader: Hartanto
Cetakan Pertama: November 2018

Tinta Medina, Creative Imprint of Tiga Serangkai
Jln. Dr. Supomo, No. 23, Solo 57141
Tel. (0271) 714344, Faks. (0271) 713607
http://www.tigaserangkai.com
e-mail: tspm@tigaserangkai.co.id
Penerbit Tiga Serangkai @Tiga_Serangkai

Anggota IKAPI
Robiah, Faidatur
Marketing Hebat ala Rasulullah ﷺ/Faidatur Robiah

Cetakan 1–Solo
Tinta Medina, 2018
xii, 196 hlm.; 21 cm

ISBN: 978-602-5731-76-1 (PDF)
1. Religi I. Motivasi

©Hak cipta dilindungi oleh undang-undang
All rights reserved

Dicetak oleh PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri

PENGANTAR PENERBIT

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah mencurahkan rahmat dan hidayah-Nya hingga kita mampu menapak kehidupan ini masih tetap di jalan-Nya.

Shalawat dan salam teruntuk Nabiyullah saw. yang telah memberikan arah jalan-Nya yang mulia dan lurus menuju ridha-Nya. Tak lupa pula teruntuk keluarga dan para sahabat beliau yang berjuang dengan jiwa dan raga menemani perjalanan dakwah beliau untuk menegakkan agama-Nya yang mulia, Islam.

Menjadi ***entrepreneur*** di saat muda adalah keputusan bijak demi masa depan yang gemilang. Lihat saja nabi kita, Muhammad saw., yang sedari muda sudah menjalani bisnis bersama pamannya dan Khadijah (sebelum menjadi istri beliau). Bahkan, ketika telah menjadi rasul pun, beliau masih tetap menjalankan bisnis meskipun tidak seperti dulu. Sebab, Nabi saw. lebih memfokuskan diri pada bidang dakwah demi menuntun umatnya di jalan Allah SWT.

Selama perjalanan Nabi saw. dalam berbisnis, banyak teladan yang bisa kita ambil untuk kita praktikkan di dunia perniagaan. Dengan begitu, tidak hanya untung dunia, di akhirat pun kita akan mendapatkan keuntungan yang berlipat-lipat. Prinsip-prinsip dagang selalu Nabi praktikkan agar mendapatkan keberkahan di bidang perniagaan. Pelanggan puas, untung didapat, berkah pun melimpah. Inilah yang ingin beliau tularkan kepada umatnya yang suka dengan dunia bisnis.

Di buku ini pula strategi marketing Nabi saw. dikupas secara tuntas agar pembaca dapat mengambil hikmah-hikmah yang ada di dalamnya, kemudian mempraktikkannya dalam kehidupan sehari-hari, terutama dalam dunia bisnis.

Tinta Medina

DAFTAR ISI

Pengantar Penerbit—v
Ucapan Terima Kasih—vii
Daftar Isi—ix
Prolog: SOP (Semua Orang Pebisnis)-1
Seputar Perjalanan Dagang Muhammad saw.-7

RAMUAN SATU: PRIBADI PEBISNIS-15

Jujur yang Mujur-17
Senantiasa Amanah-27
Menimbun Barang, Menimbun Kerugian-34
Pebisnis Shalih-43

RAMUAN DUA: MENGHADAPI PELANGGAN -53

Menghormati Pelanggan-55
Menepati Janji-63
Menjual Produk Berkualitas-71
Marah yang Berkelas-77

RAMUAN TIGA: MENGAYOMI KARYAWAN–83

Membayar Gaji Tepat Waktu–85
You are The Best Example–92
Keluarga Baru yang Menenangkan–98
Spiritual Atmosphere–104

RAMUAN EMPAT: MENGHADAPI PESAING–111

Tidak Menjelek-jelekkan Bisnis Orang Lain –113
Tidak Melakukan *Risywah*–120
Sinergi dalam Bisnis–126
Rumput Tetangga Tak Lebih Hijau–132
Setan Gundul–139

RAMUAN LIMA: APLIKASI BISNIS ALA MUHAMMAD–149

Memberi *Branding*–151
Menyiapkan Bisnis melalui Segmentasi ala Muhammad–159
Ketika Muhammad saw. Memasarkan–166
Melibatkan Pribadi dalam Melayani–175

Epilog: Berdaganglah seperti Muhammad saw.!–185
Daftar Pustaka–191
Tentang Penulis–193

Kejujuran itu

menunjukkan pada

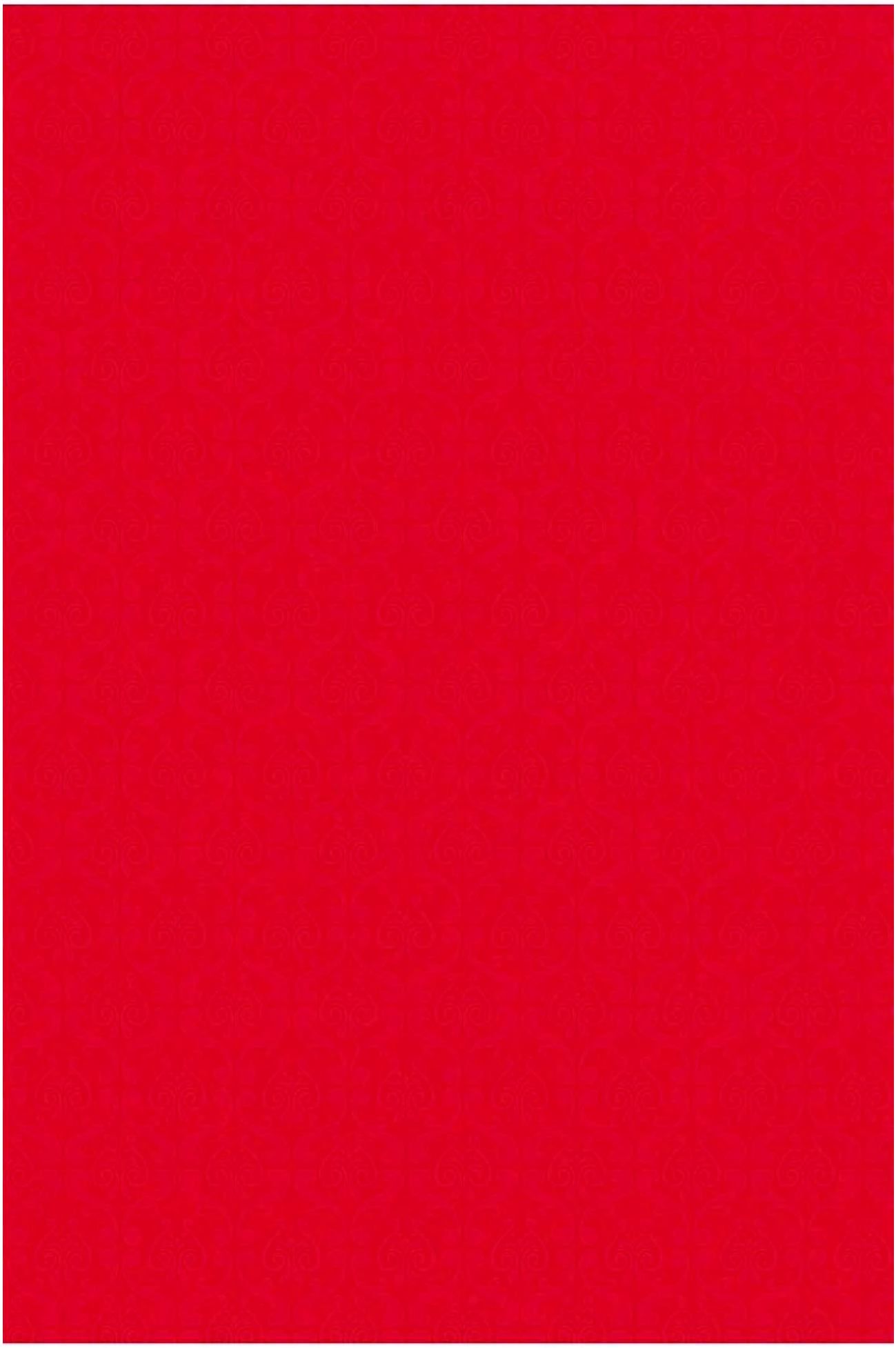
kebaikan

dan

sesungguhnya kebaikan itu

menunjukkan ke

surga



---------- PROLOG ----------

SOP

(SEMUA ORANG PEBISNIS)

Profesi pebisnis atau yang lebih dikenal dengan "entrepreneur", beberapa tahun belakangan ini makin menjadi profesi dambaan banyak kalangan muda. Pengusaha-pengusaha muda dari berbagai latar belakang dan bidang yang berbeda-beda mulai menjamur di sana-sini. Banyak pula dari mereka yang menyabet berbagai penghargaan di bidang bisnis karena prestasi dan pencapaian yang diraih. Hebat, luar biasa hebat, bahkan pemuda-pemuda itu bisa mengalahkan nama-nama para pengusaha senior.

Sebut saja Hendy Setiono, pengusaha muda pemilik Kebab Turki Baba Rafi. Di usianya yang baru menginjak 25 tahun, ia sudah memimpin perusahaannya yang beromzet lebih dari Rp1.000.000.000 per bulan dan memiliki lebih dari 100 outlet yang tersebar di seluruh Indonesia serta berulang kali meraih penghargaan di bidang entrepreneur. Selain nama Hendy Setiono, banyak pula nama-nama pengusaha yang mengawali bisnisnya di usia muda dan meraih kesuksesan, seperti Agung Nugroho, Oily Purnama Sari, Anindya Novyan Bakrie, dan masih banyak lagi yang tentu dapat dengan mudah dicari profilnya melalui fitur *google search*.

Pencapaian luar biasa dari para pengusaha muda itu tentu menjadi daftar perkembangan menarik di dunia bisnis Indonesia dan sudah pasti hal tersebut patut disyukuri. Jika dulu para pemuda berlomba-lomba hanya untuk menjadi karyawan, sekarang justru berlomba-lomba dalam merintis usahanya masing-masing, mengandalkan kemampuan, inovasi, dan juga tekad yang berani. Alhasil, ketika para lulusan Sekolah Menengah Atas ataupun lulusan Sarjana Muda

yang baru saja memperoleh ijazah, dengan berani mengatakan bahwa mereka ingin menjadi "seorang entrepreneur".

Dalam Islam, berdagang, berbisnis, atau menjadi seorang entrepreneur sangat dianjurkan. Jauh sebelum Robert Kiyosaki mengemukakan *Cashflow Quadrant*, belasan abad yang lalu Rasulullah saw. sudah menasihatkan bahwa entrepreneurship sangat layak dijadikan sebagai pilihan profesi bagi seorang muslim. Dengan tegas Rasulullah menuturkan bahwa "Sembilan dari sepuluh pintu rezeki ada pada perniagaan". Tak hanya itu, sembilan dari sepuluh sahabat Rasulullah yang masuk surga adalah para entrepreneur yang andal. Sebutlah Abu Bakar ash-Shiddiq, Umar bin Khaththab, Utsman bin Affan, Abdurrahman bin Auf, Sa'ad bin Abi Waqqash, Khadijah, serta sederet nama sahabat yang menjadi pedagang sukses dan tergolong kaya raya.

Ada seseorang bertanya kepada Rasulullah, "Penghasilan apakah yang paling baik, wahai Rasulullah?" Beliau menjawab:

عَمَلُ الرَّجُلِ بِيَدِهِ وَكُلُّ بَيْعٍ مَبْرُوْرٍ.

Penghasilan seseorang dari jerih payah tangannya sendiri (pengusaha) dan setiap jual beli yang mabrur (pedagang dan pembeli jujur).
(HR Ahmad no. 16628)

Nabi saw. dan para sahabat tidak hanya mengajarkan konsep menjadi kaya, tetapi juga memberi contoh dengan berdagang atau menjadi pengusaha.

Masih sama dengan zaman Nabi saw., bergelut di bidang perniagaan masih menjadi primadona yang menguntungkan dan banyak orang yang menggeluti dunia ini, mulai dari pedagang sayur, buah, ikan, pedagang yang berjualan di pasar, mall, hingga melalui *online*. Seolah semua orang pedagang.

Teringat kembali uraian, David McClelland (psikolog sosial) pernah menulis bahwa suatu negara akan menjadi makmur jika jumlah saudagar mencapai 2% dari penduduknya. Jumlah penduduk Indonesia saat ini mencapai 255 juta jiwa, merupakan negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat setelah China, India, dan AS. Namun, di balik jumlah penduduk yang begitu besar, potensi ini belum diimbangi dengan jumlah saudagar.

Islam sebagai agama, memiliki ajaran yang luar biasa dalam membentuk kebiasaan berbisnis. Islam juga telah memberikan *best practices* melalui teladan Rasulullah saw. Sejarah juga mencatat bagaimana kejayaan Islam dapat berhasil karena dukungan para saudagar Islam. Sejarah masuknya Islam di tanah air juga tidak luput dari sejarah perniagaan. Jiwa-jiwa mujahid Islam berhasil mengobarkan jiwa entrepreneur hebat sesuai syar'i sehingga membuat banyak orang kagum. Melalui perdagangan itulah mereka dapat berdakwah dan disegani oleh banyak orang.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa berbisnis merupakan kunci perjuangan menegakkan syiar Islam. Bisnis juga merupakan cara untuk membangun kemaslahatan umat. Dengan kultur bisnis yang dimiliki umat, umat Islam makin mandiri, berwibawa,

dan bermartabat. Dalam ajaran Islam, sungguh banyak ajaran yang bisa dijadikan acuan dalam membangun budaya dan *spirit* saudagar. Budaya yang saya maksud adalah proses pembiasaan yang terbentuk karena hasil cipta dari rasa, karya, dan karsa manusia.

Proses pembiasaan terbentuk dari akal pikiran, pengalaman, dan cara pandang. Islam juga memiliki ajaran dan doktrin dalam berbisnis sehingga Islam dapat menjadi sumber inspirasi untuk melakukan aksi bisnis. Umat Islam harus bangkit dari "tidur panjang" dan segera memperjuangkan kembali kekuatan ekonomi syariah yang mulai hilang dikuasai ekonomi liberal dan para saudagar kapitalis. Umat Islam pasti mampu karena telah memiliki teladan hebat bernama Muhammad, sang saudagar yang menjunjung tinggi nilai syariah dalam perdagangannya.

Ada kesempatan yang terbuka luas dan harus segera dimanfaatkan di tengah posisi perekonomian Indonesia yang cukup kondusif dan strategis. Dalam kondisi seperti ini, umat Islam harus berkontribusi secara signifikan untuk menopang kekuatan ekonomi nasional. Memulai dengan menerapkan ajaran dagang Muhammad saw., bersikap jujur dalam berdagang, itulah sebuah aplikasi hebat yang harus segera diterapkan. Yakinilah bahwa setiap umat Islam yang berdagang memiliki tujuan dakwah sehingga rambu-rambu syar'i itu akan selalu diingat.

Selamat membaca dan mengaplikasikannya di dunia nyata.

SEPUTAR PERJALANAN DAGANG MUHAMMAD SAW.

Perjalanan dagang Muhammad saw. telah dimulai saat beliau masih tergolong belia, yaitu berumur 12 Tahun. Ketika itu beliau bersama pamannya, Abu Thalib, yang melakukan perjalanan dagang ke Syria. Sejak itulah dapat dikatakan bahwa Muhammad sedang melakukan semacam kerja magang *(internship)* dari bisnis pamannya itu. Menjelang usia dewasa, beliau memutuskan bidang perdagangan sebagai kariernya.

Muhammad saw. menyadari bahwa pamannya bukanlah orang kaya, bahkan memiliki beban keluarga yang cukup besar. Oleh karena itu, beliau pun memutuskan untuk membantu meringankan beban pamannya itu dengan berdagang. Terlebih lagi sebagai seorang dari keluarga suku Quraisy yang umumnya bermata pencaharian berdagang, Muhammad saw. diharapkan menjadi pedagang pula.

Jauh sebelum bekerja sama dengan Khadijah, Muhammad telah merintis kariernya dengan berdagang kecil-kecilan di Kota Makkah. Beliau membeli barang-barang dari satu pasar, kemudian menjualnya kembali kepada orang lain. Sampai kemudian beliau menerima modal dari para investor dan para janda kaya serta anak-anak yatim yang tidak sanggup menjalankan sendiri dana mereka. Mereka sangat menyambut baik seseorang yang jujur untuk menjalankan bisnis dengan uang yang mereka miliki berdasarkan kerja sama *mudharabah*.

Dalam melaksanakan bisnisnya tersebut, beliau memperkaya diri dengan kejujuran, memegang

Mudharabah adalah akad kerja sama suatu usaha antara dua pihak, di mana pihak pertama menyediakan seluruh modal, sedangkan pihak kedua bertindak selaku pengelola. Kemudian, keuntungan usaha dibagi di antara mereka sesuai kesepakatan yang dituangkan dalam kontrak (Fatwa DSN No: 07/DSN-MUI/IV/2000).

teguh janji, dan sifat-sifat mulia lainnya. Dari situlah penduduk Makkah mengenal Muhammad sebagai 'al-amin' seorang yang tepercaya. Banyak dari pemilik modal di Makkah waktu itu yang membuka peluang kemitraan dengan beliau, salah satunya adalah Khadijah. Khadijah menawarkan kemitraan dengan sistem *mudharabah* (bagi hasil) sampai keduanya menikah dan menjalankan bisnis bersama.

Sekitar 28 tahun lamanya Muhammad saw. menjalankan usaha dagang tersebut. Wilayah perdagangannya meliputi Yaman, Syria, Busra, Irak, Yordania, Bahrain, dan kota-kota perdagangan di jazirah Arab lainnya. Pasar-pasar yang didatangi Muhammad saw. merupakan pasar-pasar regional, bahkan internasional karena tidak hanya didatangi oleh penduduk setempat, tetapi juga para pedagang dari bangsa-bangsa lain. Waktu itu pola perdagangan yang dilakukan berpindah-pindah dari pasar yang satu ke pasar yang lain (*caravan*). Para pedagang akan mendatangi tempat-tempat keramaian tersebut sesuai dengan kemampuan mereka berdagang dan waktu yang mereka miliki.

Sekalipun telah menikah dengan Khadijah, Muhammad tetap melangsungkan usaha perdagangannya seperti biasa. Namun, sekarang beliau bertindak sebagai manajer sekaligus mitra dalam usaha istrinya untuk menjalankan usaha dagangnya tersebut. Muhammad saw. melakukan perjalanan bisnis ke berbagai pusat perdagangan di seluruh penjuru negerinya dan negeri-negeri tetangga.

Ketika beliau menikah dengan Khadijah dan terus mengelola perdagangannya, status beliau naik menjadi *business owner*. Ketika usia beliau menginjak pertengahan 30-an, beliau menjadi seorang investor dan mulai memiliki banyak waktu untuk memikirkan kondisi masyarakat. Pada saat ini beliau sudah mencapai apa yang diistilahkan oleh Robert Kiyosaky sebagai **KEBEBASAN UANG DAN WAKTU**.

Sejak saat itu, beliau mulai sering menyendiri ke Gua Hira'. Hal ini terus beliau lakukan sampai kemudian mendapat wahyu pertama dan memulai periode baru dalam hidupnya sebagai seorang utusan Allah SWT.

Meskipun demikian, perjalanan karier bisnis Muhammad saw. tidaklah berhenti. Beliau juga memfokuskan terhadap pembentukan akhlak, sosial, ekonomi masyarakat, serta berdakwah meluruskan tata cara dan moralitas bisnis umat. Bahkan, di saat usia beliau mencapai 53 tahun, beliau membangun pasar di samping masjid dan terus mengajarkan umat Islam agar tidak merugi di akhirat nanti karena pola bisnis yang riba, haram, dan tidak bermoral.

Perjalanan karier Muhammad sebelum dan sesudah diangkat sebagai rasul memang memiliki perbedaan. Jika sebelum menjadi rasul, Muhammad banyak melakukan perjalanan dagang secara langsung. Sedangkan, setelah Allah mengangkat beliau sebagai rasul, Muhammad juga gemar melakukan syiar yang berkaitan dengan bisnis secara syar'i. Selama lebih kurang 25 tahun beliau menjalankan perannya sebagai seorang pebisnis dan 23 tahun masa kerasulan. Berikut penjabarannya dalam tabel.

Periode	Usia	Durasi
Masa kanak-kanak	0-12 tahun	12 tahun
Entrepreneurship (berdagang)	12-37 tahun	25 tahun
Refleksi	37-40 tahun	3 tahun
Masa kerasulan	40-63 tahun	23 tahun

Dapat disimpulkan bahwa Rasulullah saw. memang lebih lama menjalankan perannya sebagai seorang pedagang sebelum diangkat sebagai seorang rasul oleh Allah SWT. Bahkan, setelah diangkat pun beliau masih tidak meninggalkan dunia bisnis. Beliau tetap menjadi seorang pebisnis, tetapi tetap tidak meninggalkan kesederhanaan. Harta beliau banyak dizakatkan, shadaqah, dan untuk keperluan perang. Beliau juga senantiasa menyebarkan ilmu-ilmu bisnis yang tidak menyimpang dari ajaran agama Islam.

Begitulah perjalanan dagang Muhammad saw. yang bermula dari usia muda, bahkan dapat dikatakan masih kanak-kanak. Awalnya belajar dari sang paman, kemudian menjalankan sendiri usahanya hingga banyak orang yang memercayai kemampuannya. Tak lain dan tak bukan karena Muhammad senantiasa menerapkan strategi marketing yang hebat dan menjunjung tinggi nilai spiritualitas dalam menjalankan usahanya.

ORANG

yang

kurang bisa

MENJAGA AMANAH

adalah

orang yang tidak

MEMILIKI INTEGRITAS

---------- RAMUAN SATU ----------

PRIBADI PEBISNIS

MENJADI SEORANG PEBISNIS
HEBAT SEPERTI MUHAMMAD
TENTU SAJA DIMULAI DARI
PRIBADI YANG MENJALANI.

INILAH PRIBADI PEBISNIS,
KITA BELAJAR DARI SEORANG
MUHAMMAD.

JUJUR YANG MUJUR

Dua perkara yang tidak bisa dibeli dan ditukar di dalam bisnis adalah kejujuran dan ketenangan hati.

Beberapa waktu yang lalu pernah muncul sebuah kisah menarik yang ditayangkan dalam berita televisi di Taiwan. Di pegunungan Alishan ada sebuah tempat yang bernama Rueili. Seutas jalan yang menghubungkan Chiayi dan Alishan melewati daerah ini.

Di pinggir jalan ada sebuah tempat penjualan sayur-sayuran segar. Sayuran yang tumbuh dan mendapat pupuk organik alamiah tanpa bahan-bahan kimia yang dewasa ini disinyalir oleh dunia medis sebagai unsur yang bisa mendatangkan kanker. Di samping sayur-mayur, ada juga buah-buahan segar dijajar dalam kios kecil itu.

Anehnya, kios itu buka selama 24 jam sehari dan tak pernah ditutup. Lebih aneh lagi, tak ada seorang pun yang duduk di sana melayani para pembeli. Daftar harga per kilogram dari masing-masing barang tertulis jelas. Sebuah alat timbang terletak di atas meja. Sebuah tong yang dibuat dari kayu ditinggalkan di salah

satu sudut. Dalam tong kayu itu terdapat lembaran uang kertas dan uang logam yang dimasukkan oleh para pembeli. Di luar kios tersebut tertulis dalam huruf China, Kios Suara Hati.

Seorang ibu tua, penduduk asli di daerah pegunungan Alishan, ketika ditanya oleh wartawan televisi berkata, "Lewat kios kecil ini saya ingin mendidik setiap orang untuk menghormati suara hati masing-masing. Di sini tak ada orang yang menjaga. Namun, saya yakin, suara hati setiap orang akan meneguhkan atau mengadili jika ia berbuat sesuatu."

Kejujuran memang harus senantiasa diteguhkan. Melalui cerita tentang Kios Suara Hati di atas, kita dapat belajar tentang kejujuran yang sangat dijunjung tinggi oleh penduduk Rueili, pegunungan Alishan, Taiwan. Jika pada mulanya sistem perdagangan itu sengaja dicetus oleh seorang pedagang untuk menumbuhkan kejujuran berdasarkan suara hati pembeli-pembelinya, kisah itu juga mengajarkan tentang pentingnya kejujuran seorang pedagang dan ketenangan hati yang didapatkan.

Dalam bisnis syariah, akhlak yang harus menghiasi dalam setiap gerak-geriknya adalah jujur. Sebagaimana disabdakan Rasulullah saw. yang diriwayatkan Abdullah bin Mas'ud:

إِنَّ الصِّدْقَ يَهْدِيْ إِلَى الْبِرِّ وَإِنَّ الْبِرَّ يَهْدِيْ إِلَى الْجَنَّةِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَصْدُقُ حَتَّى يَكُوْنَ صِدِّيْقًا وَإِنَّ الْكَذِبَ يَهْدِيْ إِلَى الْفُجُوْرِ وَإِنَّ الْفُجُوْرَ يَهْدِيْ إِلَى النَّارِ وَإِنَّ الرَّجُلَ لَيَكْذِبُ حَتَّى يُكْتَبَ عِنْدَ اللهِ كَذَّابًا.

Sesungguhnya Kejujuran itu menunjukkan pada kebaikan dan sesungguhnya kebaikan itu menunjukkan ke surga dan sesungguhnya seseorang selalu berbuat jujur sehingga dicatatlah di sisi Allah sebagai seorang yang jujur. Dan sesungguhnya dusta itu menunjukkan pada kejahatan dan sesungguhnya kejahatan itu menunjukkan pada neraka dan sesungguhnya seseorang yang selalu berdusta maka dicatatlah di sisi Allah sebagai seorang yang pendusta.
(HR Bukhari no. 5629 dan Muslim no. 4719)

Sebelum memulai karier sebagai pengusaha, Muhammad saw. memang sangat dikenal sebagai orang yang jujur dan seseorang yang dapat dipercaya oleh semua orang. Kejujuran inilah yang mengantarkan beliau menyandang julukan *al-Amin* oleh sebagian besar penduduk Makkah yang mengenalnya. Bahkan, setelah menekuni bidang perniagaan, sikap tersebut tidak berkurang sedikit pun pada diri Muhammad saw.

Sikap jujur yang dimiliki Muhammad saw. mendasarinya di setiap perilaku dan ucapannya sehingga membuahkan kepercayaan yang tidak sebentar di

kalangan orang yang berinteraksi dengannya, baik dalam hal bisnis maupun kehidupan sehari-hari. Setiap pegawai yang jujur akan mendapat nilai lebih di mata atasannya. Seorang pengusaha yang jujur akan mendapatkan kepercayaan dari para pelanggannya.

Janelle Barlow dan Dianna Maul dalam buku mereka *Emotional Value: Creating Strong Brand with Your Customer* mengatakan bahwa banyak pelanggan yang tidak butuh lagi sebuah servis atau produk dengan kualitas yang tinggi. Akan tetapi, mereka lebih butuh sebuah nilai tambah secara emosional yang lebih berharga daripada nilai dari produk atau jasa itu sendiri.

Muhammad saw. telah memikirkan hal tersebut jauh sebelum maraknya produk-produk canggih dan berkualitas tinggi. Sebab, Muhammad saw. menyadari sepenuhnya bahwa marketing yang sesungguhnya bukanlah sebatas produk atau servis, melainkan lebih pada muatan emosi yang terkandung dalam diri. Begitu juga, sikap jujur merupakan salah satu inti dalam perdagangan.

Seorang sales menawarkan sebuah produk dengan bahasa yang sangat menarik perhatian. Ia berbicara seolah produknya itu memanglah sangat hebat dan berkualitas tinggi. Sales yang membarengi promosi mereka dengan kejujuran atau tidak, itulah yang akan membedakan.

Coba Anda amati, seorang sales atau penjual barang dan jasa yang menawarkan produknya dengan kejujuran, pasti ia akan menarik konsumen lebih banyak. Sebaliknya, sales dengan bahasa yang

Sikap jujur adalah sumber dari kepercayaan setiap orang. Sebab, kepercayaan bukanlah sesuatu yang diciptakan, tetapi sesuatu yang dilahirkan.

bombastis mengelu-elukan suatu produk, tetapi pada kenyataannya tak sesuai dengan kenyataan aslinya, para konsumen pun akan tidak memercayainya.

Teknik-teknik bisnis liberal banyak mengajarkan pentingnya promosi dan menawarkan produk kepada calon konsumennya. Iklan-iklan bertebaran di mana-mana, baik melalui media elektronik maupun yang masih menggunakan cara tradisional lewat tulisan ataupun bahasa lisan. Sejatinya, semua itu hanyalah sebuah teknik pemasaran. Namun, celakalah jika teknik itu justru dibingkai dengan kebohongan belaka.

Secara umum sifat jujur adalah sikap pribadi seorang Islam ketika berkata benar, tidak dusta, tidak menipu, dan polos apa adanya. Dalam dunia bisnis atau perniagaan, jujur dapat diartikan bahwa seorang pedagang yang jujur adalah pedagang yang dalam menawarkan barang atau jasa benar adanya, tidak dibuat-buat, tidak ada kepalsuan, tidak ada dusta, dan tidak menipu sehingga tidak ada beban khawatir terbongkarnya sesuatu yang disembunyikan.

Saat itu saya pernah membeli buah di salah satu kios buah. Saya memilih satu per satu jeruk yang kiranya masih segar, manis, dan tidak busuk sampai terkumpul dua kilo jeruk untuk dibeli dan dibawa pulang. Namun, betapa kagetnya saya, saat tiba di rumah dan membuka plastik belanjaan yang berisi jeruk-jeruk tadi. Beberapa jeruk yang tadinya sudah saya pilih—bagus-bagus, segar, dan mulus—sesampai di rumah beberapa jeruk berubah menjadi keriput dan ada yang hampir busuk sebagian. Dalam hati saya

Promosi menawarkan barang dan jasa akan terasa berkah jika dibarengi dengan kejujuran. Itulah inti dari bisnis syar'i.

Sekarang, Anda sendirilah yang akan memilih jalan mana yang akan dilalui: lurus atau berbelok.

berguman, siapa yang menyulap jeruk-jeruk itu menjadi begini. Pasti tanganlah yang bergerak, bukan sihir menyulap barang seperti di adegan sirkus. Sungguh mustahil. Menipu pembeli, bahkan menukar barang yang sudah dibeli oleh pembeli tanpa izin sungguh tidak mencerminkan bisnis secara syar'i. Rasulullah saw. tidak pernah mengajarkan umatnya berperilaku rendah seperti itu.

وَهَدَيْنَٰهُ ٱلنَّجْدَيْنِ ﴿١٠﴾ فَلَا ٱقْتَحَمَ ٱلْعَقَبَةَ ﴿١١﴾

Dan Kami telah menunjukkan kepadanya dua jalan (kebajikan dan kejahatan), tetapi dia tiada menempuh jalan yang mendaki dan sukar.
(QS al-Balad [90]: 10–11)

Yang dimaksud dengan 'dua jalan' ialah jalan kebajikan dan jalan kejahatan. Jika kita memilih jalan kebajikan, jalan itulah yang diridhai Allah SWT dan pastilah orang-orang yang berada di jalan ini akan mendapat ganjaran indah dari-Nya. Perbuatan baik di jalan yang baik tersebut, salah satunya adalah bersikap jujur. Jujur dalam segala perbuatan dan ucapan kita, termasuk dalam hal berbisnis. Seperti telah dijelaskan pada sebuah hadits di paragraf sebelumnya bahwa kejujuran itu akan mengantarkan pada kebaikan dan kebaikan itu akan mengantarkan pada *jannah* atau surga. Sebaliknya, sikap dusta akan mengantarkan pada

Ketidakjujuran akan dengan mudah menjadi tabiat yang bisa menuntun pada murka Allah SWT.

keburukan dan keburukan itu akan mengantarkan pada neraka.

Dalam menjalankan bisnisnya Nabi saw. dikenal sebagai seorang yang apa adanya. Perbuatan dan ucapannya senantiasa menggambarkan sikap jujur yang kental. Jika Nabi menjual suatu barang, beliau jelaskan pula terkait kelebihan dan kekurangan barang tersebut tanpa menutup-nutupinya sedikit pun. Itulah promosi yang dilakukan Nabi, yaitu mempromosikan kejujuran dan itulah yang selalu dijunjung tinggi dalam perdagangan secara syar'i. Semoga kita terhindar dari perdagangan yang tanpa menghargai nilai kejujuran.

SENANTIASA AMANAH

Takhta seorang pebisnis salah satunya terletak pada sikap amanah. Apabila telah ternoda maka ternoda pula takhtanya.

Muhammad saw. merintis usahanya dengan berdagang kecil-kecilan di Kota Makkah. Saat itu beliau membeli barang-barang dari satu pasar, kemudian menjualnya kepada orang lain. Selanjutnya, beliau menerima modal dari para investor dan para janda kaya serta anak-anak yatim yang tidak sanggup menjalankan sendiri dana mereka. Mereka menyambut baik seseorang yang jujur untuk menjalankan bisnis dengan uang yang mereka miliki berdasarkan kerja sama (bagi hasil atau pemberian upah).

Dari situlah bisnis Muhammad saw. mulai meluas seiring banyaknya pemodal atau investor yang turut memberi modal untuk bisnis yang beliau jalani. Hal yang sangat mendasari para pemodal itu adalah kepercayaan mereka memberikan uang mereka untuk modal bisnis Muhammad saw. Tidak lain

dikarenakan pribadi Muhammad yang terkenal jujur, teguh memegang janji, dan senantiasa dapat dipercaya (amanah) sehingga hampir sebagian penduduk Makkah mengenal Muhammad sebagai *al-Amin* (seorang tepercaya).

Salah satu investor yang bekerja sama dengan Muhammad saw. adalah Khadijah, seorang janda kaya yang kelak menjadi istri Muhammad saw. Khadijah sangat terkesima dengan kemampuan dagang Muhammad saw. dan sikap mulianya dalam memperlakukan mitra-mitra bisnisnya. Dari kerja sama dengan Muhammad saw. jugalah Khadijah meraup keuntungan yang besar karena taktik dagang beliau yang hebat.

Dalam sebuah riwayat diceritakan bahwa Rabi' bin Badr pernah melakukan kerja sama dagang dengan Muhammad saw. Ketika sudah beberapa lama, mereka bertemu lagi. Muhammad saw. berkata, *"Apakah engkau mengenaliku?"* Ia menjawab, "Kau pernah menjadi mitraku dan mitra yang paling baik pula. Engkau tidak pernah menipuku dan tidak berselisih denganku."

Muhammad saw. meninggalkan kesan tersendiri pada semua mitra bisnisnya, termasuk Rabi' bin Badr. Hampir semua mitranya selalu memiliki kesan positif kepada beliau bahwa memang benar Muhammad saw. adalah sosok pedagang yang dapat dipercaya. Dari teladan Muhammad saw. kita belajar bahwa **untuk menjadi pebisnis haruslah bisa mengemban amanah dari orang-orang atau investor yang bekerja sama.** Demikian juga, apabila bekerja sama dengan

sebuah perusahaan, kita juga harus amanah untuk memasarkan dan mempromosikan produk ke pelanggan sesuai dengan kesepakatan di awal. Allah SWT berfirman:

... فَإِنْ أَمِنَ بَعْضُكُم بَعْضًا فَلْيُؤَدِّ الَّذِي اؤْتُمِنَ أَمَانَتَهُ وَلْيَتَّقِ اللَّهَ رَبَّهُ ... ﴿٢٨٣﴾

... Jika sebagian kamu memercayai sebagian yang lain, hendaklah yang dipercayai itu menunaikan amanatnya (utangnya) dan hendaklah ia bertakwa kepada Allah, Tuhannya
(QS al-Baqarah [2]: 283)

Kunci rahasia yang diterapkan Muhammad salah satunya adalah sikap sederhana. Mengapa demikian? Sebab, sikap sederhana mampu menarik kepercayaan dari orang lain. Kita telah mengenal Muhammad saw. sebagai 'al-Amin', yang memberi banyak sekali contoh tentang pentingnya nilai integritas dan kejujuran. Bahkan, Abu Jahal yang selama hidupnya memusuhi Islam dan sempat mau membunuh Muhammad saw. saja pernah berkata, "Kami tidak mendustakanmu, wahai Muhammad, kami hanya mendustakan agama yang engkau dakwahkan."

Orang yang kurang bisa menjaga amanah adalah orang yang tidak memiliki integritas. Ketika integritas itu tercoreng, ia sudah tidak dipercaya lagi di masyarakat, bahkan dijauhi dan seakan dibuang dari peradaban.

Dari seruan Abu Jahal itu dapat disimpulkan bahwa memang tidak ada yang meragukan kredibilitas seorang Muhammad saw. Kredibilitas itulah

yang melatarbelakangi Muhammad saw. menyandang julukan *al-Amin*, yang dapat dipercaya.

أَدِّ الْأَمَانَةَ إِلَى مَنِ ائْتَمَنَكَ وَلَا تَخُنْ مَنْ خَانَكَ.

Tunaikanlah amanah kepada orang yang engkau dipercaya (untuk menunaikan amanah kepadanya), dan jangan khianati orang yang telah mengkhianatimu.
(HR Turmudzi no. 1185)

Begitu pentingnya sikap amanah dalam sebuah marketing. Inilah sebabnya hal yang paling mendasar dan merupakan hal yang diutamakan dalam marketing ala Muhammad saw., yaitu bersikap jujur dan amanah, baik amanah kepada pelanggan maupun kepada mitra bisnis. Bahkan, dikatakan dalam hadits di atas bahwa kita pun tetap harus bersikap amanah kepada orang yang pernah mengkhianati kita. Mengapa demikian? Sudah pasti untuk memberikan contoh baik.

Islam dikenal sebagai agama *rahmatan lil 'âlamîn*, agama yang senantiasa memberi rahmat kepada semua. Oleh karena itulah, setiap mukmin senantiasa dianjurkan untuk memberikan contoh yang baik, termasuk dalam hal berbisnis. Jika seorang mukmin bertindak acuh, suka berbohong, dan kurang dapat dipercaya, lalu apa bedanya dengan pengusaha-pengusaha sekuler dan liberal itu? Tidak, pengusaha mukmin pastilah berbeda. Sebab, mereka menempatkan Muhammad saw. sebagai teladan mulia untuk membentuk pribadinya.

Menjadi seorang pebisnis yang hebat seperti Muhammad saw. tentu saja dimulai dari pribadi itu

Jika kita melibatkan
pribadi amanah itu
dalam berbisnis,
sudah pasti tidak ada
kerugian sama sekali,
bahkan akan mendapat
berkah tak terduga.

sendiri, maksudnya pribadi yang menjalankan. Salah satu hal dari beberapa pribadi yang dicontohkan Muhammad saw. adalah senantiasa memelihara amanah.

Seorang penjual kain menjajakan barang dagangannya dari pasar satu ke pasar yang lain. Dalam sehari ia bisa mendapatkan sedikit keuntungan yang bisa dikatakan lumayan. Jika ia menambahkan modal untuk membeli beberapa kain dengan motif dan jenis yang berbeda-beda, pasti keuntungannya akan bertambah, tetapi sayang ia tak memiliki tambahan uang untuk modal itu. Ia mencoba membidik beberapa investor untuk bekerja sama menjalankan usahanya itu. Satu orang tertarik dan bersedia menanamkan modal. Walaupun hanya satu investor, ia tetap menyambut dengan senang hati dan berusaha untuk menjaga amanah melalui kerja sama itu. Memberikan keuntungan sesuai kesepakatan bersama serta menjalin komunikasi yang baik dengan investor itu. Kini, bisnisnya mulai berkembang baik dan seiring dengan itu ternyata banyak pula investor lain yang bekerja sama menanamkan modalnya.

Inilah kekuatan dari penjagaan amanah. Jika sudah dipercaya orang lain, sudah pasti hal-hal baik yang tidak terduga akan terjadi. Muhammad saw. pun selalu mendasari bisnis yang ia jalani dengan penjagaan amanah sehingga para investor atau mitra bisnisnya merasa nyaman dan percaya terhadap dirinya. Jika proses dijalani dengan baik, sudah pasti akan berimbas baik pula dengan hasil yang didapat.

Wahai kaum mukminin, jagalah selalu sikap amanah itu karena imbasnya akan melebihi keuntungan yang berlipat-lipat. Semoga Allah SWT meridhai kita menjadi pribadi yang senantiasa dapat dipercaya. *Âmîn*.

MENIMBUN BARANG, MENIMBUN KERUGIAN

Jika kau menanam biji mangga, pohon manggalah yang akan tumbuh. Jika kau terus merawatnya, berbuahlah pohon itu. Sama seperti itu, kebaikan dan keburukan, juga bermula dari sebuah biji.

Pikiran saya teringat akan kisah yang pernah saya ketahui beberapa tahun silam. Seorang penjual bensin dan solar yang memiliki kios sendiri. Kita tentu masih ingat bahwa beberapa tahun lalu harga minyak mengalami peningkatan yang dapat dikatakan sangat drastis. Semula berkisar 4.000-an per liter menjadi naik menjulang sekitar 8.000-an per liternya.

Hal tersebut tentu menjadi momen yang menggiurkan bagi pedagang minyak yang mempunyai stok berlimpah di kios ataupun tokonya. Benar saja, pengumuman tentang kenaikan harga BBM itu telah digadang-gadangkan di banyak berita, baik televisi, surat kabar, ataupun via *online*. Para konsumen yang biasa memanfaatkan bahan bakar tersebut untuk aktivitas mata pencahariannya menjadi kalang kabut kebingungan. Bahkan, tak hanya orang-orang yang bersangkutan langsung dengan kebutuhan bahan bakar, tetapi juga semua elemen masyarakat turut galau dengan informasi kenaikan itu.

Betapa tidak, harga bahan bakar adalah penentu atau sentral yang menentukan harga kebutuhan pokok yang lain. Daging, sayuran, bumbu dapur, dan segala jenis kebutuhan lain pasti juga akan meroket naik seiring dengan kenaikan BBM. Hal itu dikarenakan transportasi yang digunakan dan biaya produksi produsen hampir semuanya memanfaatkan bahan bakar minyak untuk memperlancar aktivitasnya. Oleh karena itu, sudah lazim jika sedikit saja ada kenaikan BBM, pasti akan ada banyak masyarakat yang menolak, bahkan mengadakan demo penolakan besar-besaran.

Pak Udin, sebut saja begitu, masih memiliki persediaan bahan bakar berupa bensin dan solar yang cukup banyak di kiosnya. Ketika mendengar BBM akan naik, sontak ia memanfaatkan momen itu. Ia memasang label 'habis' di depan kiosnya dan mengusung semua drum minyak ke dalam kiosnya agar tidak diketahui pembeli bahwa ternyata tidak benar habis. Saat masa-masa kritis di hari-hari akhir sebelum kenaikan BBM itu terjadi, para konsumen kebingungan mencari bahan bakar. Datang ke SPBU kosong, ke kios, toko yang biasanya melayani juga kosong.

Pak Udin ingin meraup keuntungan lebih dari kenaikan harga BBM. Jika ia langsung menjual pada saat harga masih normal, tentu uang yang didapat biasa saja. Namun, jika ia menyimpan dan menjualnya nanti saat harga sudah naik, pasti keuntungan yang didapat berlipat-lipat. Tapi sayang, niatnya itu hanya berlangsung beberapa hari. BBM belum naik, kiosnya malah sudah disambangi polisi yang bertugas. Akhirnya, ia diciduk karena melakukan penimbunan barang.

Hasrat untuk memperoleh keuntungan yang berlipat justru mengantarkan Pak Udin menjadi tahanan polisi dan dihujat banyak orang akibat perbuatannya itu. Uang usahanya selama ini akhirnya juga tidak berkah hanya karena satu tindakan yang kurang baik. Uang itu habis untuk biaya menebus dirinya dari tahanan polisi. Belum lagi hukuman lain, yaitu gunjingan para tetangga yang memberondonginya dengan kata 'tidak beradab', 'tidak beretika', 'penipu', dan lain sebagainya. Lengkap sudah hukumannya hanya karena menimbun barang.

Keuntungan memanglah menggiurkan dalam perbisnisan. Siapa orang yang tidak mau untung? Setiap pengusaha pada awalnya pasti menggunakan modal dan ingin modalnya itu cepat didapat kembali. Oleh karena itulah, salah satu caranya adalah memperoleh keuntungan yang berlipat-lipat. Segala cara dilakukan, bahkan cara yang kurang beretika sekalipun. Namun, berhati-hatilah apakah itu yang diajarkan dalam bisnis Muhammad saw.? Jika sudah banyak pengalaman bahwa cara yang kurang beretika tadi justru menjatuhkan seseorang, mengapa masih banyak pengusaha yang melakukan hal kotor itu?

Dalam Islam, pentingnya etika dalam bisnis sangatlah dijunjung. Sejarah menemukan bahwa prinsip yang paling menonjol dari perjalanan bisnis Muhammad saw. adalah petuah klasik yang mengatakan *'money is not number one capital in business,*

but the number one capital is trust'. Uang memang bukanlah modal utama dalam berbisnis. Ketika penipuan, kompetisi tak sehat, pengurangan takaran, dan persengketaan menjadi suatu hal yang biasa dalam praktik bisnis, justru Rasulullah saw. tak bergeming sedikit pun. Sepanjang perjalanan bisnis beliau, tidak pernah satu kali pun para mitra, pembeli, ataupun rekan bisnis beliau yang komplain. Semua merasa puas telah bekerja sama dengan beliau. Mengapa? Sebab, beliau melakukan praktik bisnis yang penuh etika. Beliau adalah pebisnis yang sangat hebat.

Sangat tepat jika penduduk Kota Makkah memberinya gelar *Shiddiq* (jujur) dan *al-Amin* (tepercaya). Jadi, ketika menyebut gelar itu secara spontan, masyarakat ingat dengan sosok Muhammad saw. Tak hanya masyarakat di zaman itu, bahkan masih membekas sampai saat ini.

Begitulah teladan hebat yang diajarkan Muhammad tentang etika. Bahwa makin tinggi akhlaknya, makin tinggi pula tingkat profesionalisme seseorang. Makin tinggi seorang memegang prinsip dan kode etik, makin tinggi pula profesionalitas orang tersebut.

Jika ada seorang pedagang sekalipun memiliki kekayaan, tetapi ia adalah seorang yang suka mengurangi timbangan, ia miskin moral. Adapun orang yang miskin moral disebut amatir.

وَيْلٌ لِّلْمُطَفِّفِينَ ﴿١﴾ الَّذِينَ إِذَا اكْتَالُوا عَلَى النَّاسِ يَسْتَوْفُونَ ﴿٢﴾
وَإِذَا كَالُوهُمْ أَو وَّزَنُوهُمْ يُخْسِرُونَ ﴿٣﴾

Celakalah bagi orang-orang yang curang (dalam menakar dan menimbang)! (Yaitu) orang-orang yang apabila menerima takaran dari orang lain mereka minta dicukupkan, dan apabila mereka menakar atau menimbang (untuk orang lain), mereka mengurangi.
(QS al-Muthaffifîn [83]: 1–3)

عَنْ مَعْمَرِ بْنِ عَبْدِ اللهِ عَنْ رَسُوْلِ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: لَا يَحْتَكِرُ إِلَّا خَاطِئٌ.

Dari Ma'mar bin Abdullah: Rasulullah saw. bersabda, "Tidaklah seseorang melakukan penimbunan, melainkan ia adalah pendosa."
(HR Muslim no. 3013)

Pada umumnya barang-barang yang ditimbun oleh banyak pedagang dari zaman Nabi sampai saat ini adalah bahan makanan pokok (semisal beras dan gandum). Namun, seiring perubahan zaman dan meningkatnya perdagangan, mulai banyak pedagang yang menimbun barang-barang lain selain makanan pokok, salah satunya adalah BBM. Mengapa BBM juga sering ditimbun oleh kebanyakan pedagang? Saya kira karena penggunaannya yang banyak dicari orang. Selain itu juga karena secara langsung ataupun tidak langsung harga BBM dapat memengaruhi harga barang-barang lain yang beredar di pasaran.

Apakah semua barang yang disimpan itu haram? Kita perlu mengetahui tentang makna kata 'penimbunan'. Menurut an-Nawawi asy-Syafi'i, penimbunan yang haram adalah memborong bahan makanan atau yang lain saat harga barang tersebut mahal dan tujuan

pembelian dalam jumlah besar tersebut untuk dijual kembali. Namun, ternyata orang tersebut menyimpan barang tersebut supaya harganya menjadi makin mahal.

Jika seseorang memborong barang untuk kebutuhan pribadinya saat harganya murah, lalu barang tersebut ia simpan dan dijual saat harganya mahal, tindakan tersebut tidak termasuk penimbunan yang haram. Sebab, niat membelinya adalah untuk kebutuhan pribadi, bukan modal usaha. Demikian juga seseorang yang memborong suatu barang saat harganya mahal dengan tujuan untuk dijual kembali saat itu juga, tidak termasuk penimbunan yang haram (dalam *al-Minhaj Syarah Muslim bin al-Hajjaj*, 11: 41).

Tidak termasuk menimbun juga jika seseorang memborong suatu barang, lalu ia simpan di gudangnya. Kemudian, ia jual sedikit demi sedikit karena ia tidaklah berniat menahan barang dagangan tersebut, begitu juga tidak menyebabkan harga barang tersebut melambung dan tidak merugikan pasar ataupun pembeli. Demikian juga dengan seseorang yang menimbun atau menyimpan bahan makanan, semisal beras jika untuk dikonsumsi sendiri, tanpa ada tujuan untuk diperjualbelikan. Sebagaimana pernah dilakukan Rasulullah saw.

عَنْ عُمَرَ رَضِيَ اللهُ عَنْهُ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ كَانَ يَبِيْعُ نَخْلَ بَنِي النَّضِيْرِ وَيَحْبِسُ لِأَهْلِهِ قُوْتَ سَنَتِهِمْ.

Dari Umar r.a. sesungguhnya Nabi saw. menjual pohon-pohon kurma yang semula adalah milik Bani Nadzir dan beliau menyimpan bahan makanan pokok untuk kebutuhan keluarganya selama setahun.
(HR Bukhari no. 4938)

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa penyimpanan atau penimbunan suatu barang yang boleh dilakukan adalah **dengan syarat tidak menyebabkan adanya pihak-pihak yang dirugikan dengan tindakan tersebut, tidak menyebabkan melambungnya harga barang-barang sejenis, dan tidak juga merugikan pasar (pembeli dan pedagang lain).** Sebaliknya, jika tindakan yang dilakukan itu merugikan banyak pihak, seperti kasus Pak Udin yang saya ceritakan tadi, hal itu sudah termasuk penimbunan yang diharamkan karena menimbun untuk mendapat keuntungan yang berlipat hingga merugikan banyak pihak.

Kita harus lebih hati-hati dalam menjalankan bisnis. *Na'ûdzubillâh*, jika sampai terjerumus pada tindakan yang justru merugikan semacam menimbun barang. Alih-alih mendapat keuntungan besar, malah mendapat kerugian yang bertumpuk-tumpuk, bertubi-tubi, bahkan dicap sebagai pendosa. *Na'ûdzubillâh min dzalik.*

Jadi, teknik bisnis ala Muhammad saw. dengan meneladani dan senantiasa berhati-hati terhadap tindakan-tindakan yang dilarang Allah SWT serta tidak dibenarkan oleh beliau, patutlah ditanamkan saat kita ingin membuka usaha atau sedang menjalankan

suatu bisnis, baik pribadi maupun kerja sama. Mari kita saling mengingat dan mengakarkan pemahaman ini bahwa dalam bisnis Muhammad saw. ada etika syar'i yang senantiasa dijunjung tinggi dan selalu diaplikasikan.

Jadi, profesionalisme bukan hanya bersandar pada seberapa ahli kemampuan seseorang menjalani profesi yang ditekuni, tetapi yang lebih memegang peranan penting adalah akhlaknya.

PEBISNIS SHALIH

Komponen utama dalam menjalankan sebuah bisnis adalah sosok. Ia ibarat fondasi untuk sebuah rumah.

Seorang yang bernama Jody, pemilik usaha kuliner Waroeng Steak & Shake memiliki sistem usaha yang berbeda dari pebisnis lain. Di samping menerapkan sistem perdagangan secara syariah, ia juga menerapkan prinsip bisnis yang menggugah dan menginspirasi. Ia menerapkan *Spiritual Bisnis* atau *Spiritual Company* dalam menjalankan usahanya.

Apa itu *Spiritual Company?* Menurutnya, *Spiritual Company* adalah usaha yang menerapkan prinsip-prinsip agama dalam menjalankan usahanya yang menjadi sebuah sistem dan budaya perusahaan. Misalnya, dalam pelaksanaan absensi karyawan, Jody menjadikan shalat Dhuha sebagai tanda hadir. Jadi, jika karyawan tidak melaksanakan shalat Dhuha, akan dianggap tidak hadir. Setiap karyawan ditarget memiliki hafalan Al-Qur'an. Jika karyawan dapat memenuhi jumlah hafalan tertentu, akan mendapat *reward* masuk dalam daftar karyawan yang akan diberangkatkan umrah. Sudah banyak karyawan Jody yang diberangkatkan umrah. Selain itu, ia juga

rutin mengadakan pengajian untuk meningkatkan kapasitas ilmu agama dari para karyawannya.

Sebagai pimpinan, Jody juga senantiasa memberikan contoh kepada karyawan-karyawannya, salah satunya dalam hal shadaqah. Ia rutin bershadaqah dalam setiap kesempatan untuk membelajarkan para karyawannya tentang pentingnya shadaqah. Ia juga mendirikan rumah tahfizh untuk anak-anak menghafal Al-Qur'an.

Tak lupa pula setiap tanggal 17 April ia akan menginfakkan seluruh omzet usahanya pada hari itu. Dengan jumlah *outlet* Waroeng Steak yang saat ini sudah mencapai 53 *outlet*, pasti dalam satu hari saja omzet usahanya mencapai puluhan juta rupiah, bahkan mungkin lebih.

Apa yang diterapkan Jody dalam usahanya ini tentu menjadi inspirasi bagi siapa saja, terutama yang ingin menggeluti dunia bisnis atau yang sudah terjun di dalamnya. Jika para pengusaha muslim menerapkan apa yang dilakukan Jody, diharapkan kemajuan Islam akan makin pesat. Tidak bisa dipungkiri bahwa kemajuan suatu bangsa juga sangat dipengaruhi oleh pertumbuhan perekonomiannya. Pertumbuhan yang dimaksud adalah dalam sektor riil.

Jika perekonomian bangsa menurun, akan memengaruhi semua sektor dan menghancurkan bangsa tersebut. Begitu juga dengan Islam. Islam akan maju dengan pesat jika para pengusaha muslim mampu menerapkan ajaran Islam dengan baik, dalam kehidupannya ataupun dalam menjalankan usahanya. Terlebih jika pengusaha-pengusaha muslim mampu menguasai berbagai sektor penting.

Jumlah pengusaha muslim saat ini masih jauh dari terpenuhi standar kebutuhan normal pengusaha. Indonesia memiliki jumlah pengusaha yang masih di bawah 1%, padahal suatu negara membutuhkan 2% pengusaha dari jumlah penduduknya. Kita ketahui bahwa sektor perdagangan di Indonesia banyak dikuasai oleh investor-investor luar negeri, begitu pula para pelaku bisnis banyak yang dari kalangan nonmuslim. Tampaknya pengusaha muslim masih belum bisa menyamai jumlah pengusaha nonmuslim yang sangat mendominasi.

Pengusaha seperti Jody sudah mampu mempekerjakan sekitar 1.000 karyawan. Jika *Spiritual Company* diterapkan, 1.000 orang ini sedang berlatih memperbagus diri menjadi pebisnis shalih. Bilangan itu akan makin bertambah seiring dengan bertambahnya para pebisnis shalih dan para karyawan yang ditulari keshalihan pemimpinnya. Inilah cara berbisnis secara syar'i, tanpa meninggalkan pesan agama dan senantiasa meningkatkan kualitas ibadah. Dengan memiliki bisnis tertentu justru tidak membuat ibadahnya menurun, tetapi makin meningkat, bahkan ibadah para karyawannya pun makin meningkat pula.

Umar r.a. berkata: Aku mendengar Rasulullah saw. bersabda, *"Andai saja kalian bertawakal kepada Allah dengan sebenarnya, niscaya kalian diberi rezeki seperti rezekinya burung, pergi dengan perut kosong di pagi hari*

dan pulang di sore hari dengan perut terisi penuh."
(HR Turmudzi no. 2266)

Hadits ini dengan jelas menerangkan bahwa betapa Allah SWT akan memudahkan rezeki kepada setiap hamba sepanjang sang hamba tetap bertawakal kepada-Nya dengan sungguh-sungguh. Rasulullah saw. sampai mengibaratkan seperti seekor burung dalam keadaan lapar yang keluar di pagi hari dan kembali di sore hari dalam keadaan kenyang. Rezeki tentu merupakan sebuah misteri yang telah diatur oleh Allah SWT dan manusia hanya tetap berusaha melakukan yang terbaik.

Usaha yang terbaik tentu pula akan diperhitungkan oleh Allah SWT dalam mendapatkan rezeki yang baik pula. Kita telah paham bahwa rezeki yang diberikan Allah SWT sangat banyak: rezeki sehat, diberi usia yang panjang, kehidupan yang baik, dan ekonomi yang berkecukupan, baik materi maupun nonmateri merupakan rezeki dari Allah SWT. Jika dalam perjalanan mendapatkan rezeki materi itu lebih dari cukup bahkan lebih, hal ini patut disyukuri karena Allah SWT sedang memberikan nikmat-Nya.

Nikmat memperoleh materi atau rezeki yang berlebih terkadang membuat sebagian orang menjadi terlena, bahkan tidak ingat siapa yang memberinya. Ia mulai melupakan ibadah, bahkan meninggalkan sedikit demi sedikit kebiasaan mengenal dan dekat kepada Tuhan. Sangat disayangkan, padahal setiap kesuksesan yang didapat karena adanya campur tangan Tuhan. Kesuksesan pengusaha antara dengan

selalu mengedepankan prinsip syar'i dan tidak pastilah sangat berbeda nikmatnya.

Seorang pengusaha kelas satu *real estate* di Jawa Timur ketika mempresentasikan kiat bisnisnya di Jawa Timur berkata, "Alhamdulillah, dengan pedoman Al-Qur'an, usaha saya berjalan baik dan di masa gejolak moneter ini relatif tidak mengalami guncangan." Ia mengemukakan beberapa ayat yang dijadikan pedoman bisnis, antara lain dari Surah al-Mu'minûn [23]: 1–11.

Sungguh beruntung orang-orang yang beriman, (yaitu) orang yang khusyu' dalam shalatnya dan orang yang menjauhkan diri (perbuatan dan perkataan) yang tidak berguna, dan orang yang menunaikan zakat, dan orang yang memelihara kemaluannya, kecuali terhadap istri-istri mereka atau hamba sahaya yang mereka miliki; maka sesungguhnya mereka tidak tercela. Tetapi barang siapa mencari di balik itu (zina, dan sebagainya), maka mereka itulah orang-orang yang melampaui batas. Dan (sungguh beruntung) orang yang memelihara amanat-amanat dan janjinya, serta orang yang memelihara shalatnya. Mereka itulah orang yang akan mewarisi, (yakni) yang akan mewarisi (surga) Firdaus. Mereka kekal di dalamnya.
(QS al-Mu'minûn [23]: 1–11)

Ayat di atas disebutkan bahwa jika orang yang beriman ingin memperoleh keberuntungan dan kemenangan, ada beberapa syarat yang harus dipenuhi. Salah satunya adalah khusyu' dalam shalat.

Lalu, apa hubungannya shalat khusyu' dengan kesuksesan sebuah bisnis? Pesan di balik perintah

khusyu' itu adalah betapa penting arti konsentrasi dalam setiap perilaku, termasuk dalam perilaku bisnis. Banyak orang yang sudah meraih kesuksesan dan bergelimang harta dari keuntungan bisnis membuatnya sulit konsentrasi.

Khusyu' dalam shalat jika dikaitkan dalam dunia bisnis adalah konsentrasi penuh ketika melakukan bisnis. Bisnis yang dilakukan dengan setengah hati, ragu-ragu, tak serius, dan hanya terkesan seolah bermain-main atau coba-coba, pastilah hal tersebut berimbas kurang baik. Bisa juga khusyu' dalam bisnis adalah mencurahkan perhatian dan pikiran pada usaha yang sedang kita tekuni dengan sepenuh hati.

Sebagaimana dalam shalat yang hendaknya dilakukan dengan khusyu' (pencurahan sepenuh hati beribadah kepada Allah SWT), dalam berbisnis pun seperti itu. Pada Surah al-Mu'minûn di atas pada dasarnya mengajarkan kepada kita bahwa semua aktivitas yang dilakukan hendaknya dilakukan secara khusyu', apalagi dalam bisnis.

Seorang Muhammad saw. saat memutuskan memilih bidang perdagangan sebagai kariernya, saat itu pula ia bertekad mencurahkan sepenuhnya dan konsentrasi terhadap bidang yang ditekuninya. Oleh karena itulah, ia senantiasa berusaha melakukan yang terbaik, menempatkan pribadinya sebagai pribadi yang baik saat berdagang, serta selalu memilih jalan kebaikan. Inilah yang dimaksud dengan konsentrasi penuh dalam berbisnis.

Setiap bisnis

HARUS KITA LAKUKAN

DENGAN SERIUS

karena

KESERIUSAN
DAN KESUNGGUHAN

adalah

KUNCI

KEBERHASILAN.

Ketika seseorang sudah berniat dan bertekad, sudah pasti ia akan melakukan yang terbaik guna memperoleh kebaikan, tentunya dengan memperhatikan rambu-rambu yang benar. Dijelaskan pula dalam firman Allah di atas bahwa untuk melengkapi kekhusyu'an diharuskan menjauhkan diri dari perkataan dan perbuatan yang tidak ada gunanya.

Jika dikaitkan dengan bisnis, yang harus dihindari bukan saja perbuatan yang dilarang agama, melainkan juga menghindari perbuatan yang tidak dilarang tetapi kurang ada manfaatnya. Melakukan hal yang sia-sia dan kurang bermanfaat sudah pasti akan melenakan konsentrasi. Akibatnya, bisnis yang dijalani perlahan-lahan mengendur.

Pentingnya menjalankan bisnis dengan efisiensi yang tinggi, yaitu tidak melakukan pemborosan modal, tenaga, dan waktu. Semua harus direncanakan dengan baik serta kontrol dan evaluasi yang seimbang. Ini bukan pekerjaan mudah, apalagi kecenderungan sebagian masyarakat yang kurang bisa mengendalikan diri ketika usahanya mulai berkembang. Tiba-tiba gaya hidup mulai berubah, tidak bisa membedakan antara kepentingan bisnis dan pribadi serta kurang cermat dalam menentukan prioritas yang dipentingkan atau hanya suatu yang sia-sia.

Itulah mengapa menjadi seorang pebisnis tidaklah dilakukan secara asal-asalan, tetapi memang sudah memiliki target, baik target pencapaian, target proses, maupun target bagaimana bersikap kepada karyawan dan pelanggan. Sebagaimana kisah Jody yang telah saya

ulas sebelumnya. Ia telah memiliki target yang jelas saat merencanakan bisnis, menjalankan proses, plus memberdayakan karyawan-karyawannya. Sungguh luar biasa hebat. Inilah konsentrasi atau kekhusyu'an yang harus dimiliki oleh pebisnis shalih.

RAMUAN DUA

MENGHADAPI PELANGGAN

DALAM SEBUAH MARKETING INTERAKSI YANG TERJADI TIDAK HANYA ANTARA 'SAYA' SEORANG, TETAPI JUGA MELIBATKAN ANDA DAN MEREKA.

ITULAH MENGAPA MUHAMMAD SAW. SANGAT MENGHORMATI SETIAP PELANGGANNYA.

MENGHORMATI PELANGGAN

Sebuah bisnis tak bisa berdiri sendiri tanpa pelayanan, kerja sama, dan niat saling membantu. Dalam Islam, bisnis tak bisa berjalan seegois itu.

Seorang tengah baya datang ke *showroom* mobil dengan mengendarai motor butut keluaran sebuah pabrik sepuluh tahun silam. Kemeja lusuh penuh lipatan, celana kain bergaya *cutbray*, rambut pun terlihat tak disisir yang hanya ditutup oleh kupluk membuatnya tampak berbeda dari kebanyakan pelanggan. Sedari tadi sudah cukup lama pria itu mondar-mandir ke sana kemari, tetapi tak ada satu pun karyawan di *showroom* tersebut mendekat. Pria itu celingukan seolah bingung harus bertanya kepada siapa, kemudian ia beranikan diri untuk mendekat ke meja resepsionis.

"Permisi Mas, saya mau menanyakan mobil itu."

Karyawan itu terheran-heran melihat seorang pria yang bertanya. Matanya menelusuri pria tersebut dari ubun-ubun sampai telapak kaki, dahinya mengernyit, bibirnya pun menciut.

"Maaf Pak, kami tidak melayani kredit. *Showroom* ini khusus untuk pelanggan yang membeli dengan tunai. Bapak bisa membaca tulisan di depan pintu itu, sudah tertulis jelas," terang si karyawan.

"Iya saya sudah tahu Mas, tapi ada yang ingin saya tanyakan."

"Begini, ya Pak. Jika Bapak akan membeli, pertanyaan-pertanyaan itu akan saya jawab. Namun, jika hanya bertanya tapi tidak membeli, maaf, sebaiknya Bapak datang ke *showroom* lain saja yang melayani jasa kredit."

"Loh saya mau beli, Mas."

"Banyak juga, Pak, yang datang ke *showroom* ini sekadar melihat. Katanya akan membeli, tetapi nyatanya tidak. Penampilan Bapak sangat berbeda. Maaf, tidak mencirikan pelanggan setia kami, bagaimana bisa saya percaya?"

Tampaknya pria tengah baya itu mulai kesal dengan kelakuan si karyawan. Segera ia mengambil *handphone* di saku celananya dan mencari nomor kontak di *handphone*-nya itu, lalu ia berusaha menghubungi seseorang.

"Halo ... Pak Basuki, tolong urus segera, saya akan beli semua mobil beserta *showroom*-nya. Tolong urus secepatnya, *showroom* ini akan saya ubah menjadi taman baca."

Sesaat setelah menelepon, pria tengah baya itu tak berbicara sedikit pun dan langsung keluar mengendarai mobil bututnya. Karyawan itu tampak bingung setelah tak sengaja mencuri dengar percakapan pria itu di telepon genggam. Tak berselang

lama, telepon kantor berdering dan menugaskan ia untuk mengantarkan semua mobil ke alamat pelanggan.

Gambaran cerita di atas barangkali sering terjadi di kehidupan nyata saat ini. Ketika seseorang yang berniat membeli tak dilayani dan tak diindahkan keberadaannya. Wajah nyinyir, muka datar tanpa ekspresi, tak ada senyuman, seolah memang tak butuh pembeli. Sekalipun tak sama dengan cerita di atas, agaknya beberapa di antara Anda pernah mengalami kisah seperti itu "dicuekin". Si karyawan yang mulanya tak memedulikan pelanggan yang tampak kucel, miskin, tak ada tanda-tanda orang kaya, akhirnya melongo mengetahui kenyataan bahwa tebakannya itu salah.

Melayani pelanggan tidak ada istilah tebak-menebak, apalagi su'uzhan "ah ... ini orang sepertinya kere, mana sanggup beli". Istilah Inggris klasik mengatakan *"Don't judge a book by its cover"*, jangan melihat dan menghakimi seseorang dari luarnya. Bisa jadi ia menguntungkan kita. Sayangnya, masih banyak juga pedagang atau pebisnis, bahkan yang hanya seorang karyawan bersikap su'uzhan kepada pembelinya. Padahal, Rasulullah saw. telah memberi teladan bagaimana menghormati dan melayani pembeli. Sebagaimana hadits yang menyebutkan bahwa Rasulullah saw. bersabda:

رَحِمَ اللهُ رَجُلًا سَمْحًا إِذَا بَاعَ وَإِذَا اشْتَرَى وَإِذَا اقْتَضَى.

Allah merahmati seseorang yang ramah ketika menjual, membeli, dan membayar utang.
(HR Bukhari no. 1934)

Kita memang tidak pernah tahu isi hati pembeli sehingga salah satu cara berbisnis yang diajarkan Rasulullah adalah bersikap ramah. "Barang siapa yang hanya melihat wajah, tak akan dapat melihat hati." Tak ada aturan jika seorang pedagang berhadapan dengan pembeli yang terlihat lusuh, kemudian ia melayani dengan kasar. Sebaliknya, jika berhadapan dengan pembeli cantik atau ganteng, ia akan bersikap ramah. Tidak seharusnya seperti itu karena semua pembeli adalah sama, yaitu seseorang yang harus dihormati.

Ungkapan lama mengatakan bahwa *pembeli adalah raja*. Agaknya memang perlu dimaknai lebih dalam. Apa maksud disebutnya raja dalam ungkapan itu? Jika yang mempunyai kedudukan adalah seorang raja, sudah pasti ada orang-orang yang selalu menyeganinya. Siapa? Tentu rakyat-rakyatnya dan dalam dunia perniagaan disebut penjual. Jadi, seorang penjual adalah rakyat yang hendaknya menghormati sang raja, yaitu pembeli.

Nabi Muhammad saw. dalam berniaga senantiasa menghormati pembeli, bahkan mampu mengenali karakteristik para pembeli dengan baik. Beliau selalu berkeyakinan bahwa setiap pembeli yang datang jelas memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Di sinilah kunci atau taktik dagang Muhammad saw.

dalam menghadapi pembeli. Beliau menegakkan sikap rendah hati tak hanya di dalam aktivitas keseharian, tetapi juga dalam berdagang.

Sesungguhnya rendah hati adalah salah satu ciri orang yang bertakwa.

Dengannya, orang yang bertakwa mencapai derajat kemuliaan.

(Syair dalam Ta'lîm al-Muta'allim)

Allah SWT memerintahkan untuk bersikap rendah hati dalam segala hal.

إِنَّ اللهَ أَوْحَى إِلَيَّ أَنْ تَوَاضَعُوْا حَتَّى لَا يَبْغِيَ أَحَدٌ عَلَى أَحَدٍ وَلَا يَفْخَرَ أَحَدٌ عَلَى أَحَدٍ.

Sesungguhnya Allah telah mewahyukan kepadaku agar kalian bertawadhu' sehingga tak seorang pun menganiaya kepada yang lain, atau seseorang tiada menyombongkan diri kepada yang lainnya.
(HR Abu Dawud no. 4250)

Dalil-dalil di atas untuk menjelaskan agar senantiasa berwajah manis, berperilaku baik, dan simpatik. Hal tersebut juga berlaku dalam hal marketing. Coba bayangkan jika semua pedagang bersikap kasar dan su'uzhan kepada setiap pembelinya, pasti tidak akan ada pembeli yang sudi lagi membeli di tempat yang sama. Sebab itulah Al-Qur'an mengajarkan untuk senantiasa rendah hati dan bertutur kata yang manis. Jadi, dalam berbisnis pun seseorang harus berperilaku baik dan simpatik. Sebab, apabila seorang marketer itu

baik dan simpatik, akan banyak disukai orang termasuk para konsumen.

Belajar dari teladan Muhammad saw. dalam menghadapi pembeli bahwa setiap pembeli pasti memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Oleh karena itulah, beliau juga menggunakan jenis transaksi yang berbeda-beda pula bergantung pada pembeli seperti apa yang beliau hadapi. Misalnya, saat menghadapi pembeli yang senang menawar, beliau jarang mematok harga dan harga ditentukan sesuai dengan kesepakatan yang didapat. Saat menghadapi pembeli yang memang tidak senang menawar, beliau mematok harga yang sesuai dan cenderung terjangkau oleh pembeli. Bahkan, saat menemui banyak pelanggan yang menginginkan satu barang yang sama (dalam waktu bersamaan), beliau cenderung melelang barang tersebut dengan tidak mencari untung yang berlebihan, tetapi cukup.

Kemampuan Muhammad untuk mengenali karakteristik pembelinya sangat patut diteladani dan pasti bisa dijadikan sebagai acuan untuk melakukan bisnis secara syar'i, tetapi sangat menguntungkan. Terbukti, taktik dagang Muhammad saw. dengan melihat karakteristik pembelinya mampu meraup keuntungan. Itulah mengapa Khadijah—yang masih menjadi majikannya sewaktu itu—sering kali mendapat keuntungan besar dari Muhammad saw.

Pada dasarnya teknik mengenali karakteristik pembeli seperti apa yang dicontohkan oleh Nabi saw. tersebut dapat dipelajari. Kemampuan atau teknik tersebut dalam bidang ekonomi bisnis dikenal dengan

nama *profiling*. Teknik *profiling* sangat mengandalkan keterampilan yang berorientasi pada pelanggan atau pembeli. Teknik ini memahami basis pelanggan yang ada dan mengidentifikasi potensi peluang bisnis baru. Teknik ini juga mengajari bagaimana analisis pemasaran, yaitu memberikan wawasan pelanggan terkait karakteristik yang dapat membantu memberikan pelayanan kepada pelanggan secara tepat. Pada intinya *profiling* menekankan pada pemahaman terkait profil pelanggan sehingga dapat memberi pelayanan yang sesuai dengan masing-masing profil pelanggan yang berbeda-beda.

Rasulullah saw. telah mencontohkan jauh sebelum banyak teori ekonomi kapitalis dan liberal bermunculan, salah satunya adalah bagaimana menghadapi pelanggan. Penerapan teknik yang tepat, tidak melepaskan unsur *spiritual marketing* dalam perniagaan, justru akan makin menghasilkan keuntungan.

Sudah pasti bahwa segala sesuatu yang mengandung niat baik akan menghasilkan sesuatu yang baik pula dan keuntungan bisnis adalah bonus plus-plus dari proses yang telah dijalani.

Pada dasarnya
tujuan bisnis
secara syar'i
bukanlah terletak
pada besarnya
keuntungan
semata, melainkan
lebih pada proses
melayani yang
baik.

MENEPATI JANJI

Bukanlah janji jika tak ditepati,
sebut saja rencana kebohongan.

Lulu datang ke jasa tailor bermaksud untuk mengambil baju hasil jahitan. Sudah dua bulan sejak kain yang diberikan perusahaannya ia bawa untuk dijahitkan ke jasa tailor tersebut dan hari ini adalah hari yang dijanjikan. Namun, janji memanglah hanya bulatan hari bahwa akan selesai sesuai perjanjian.

"Maaf, Mbak ... saat ini saya sedang banyak garapan dari sekolah dan rumah sakit. Aduh ... menumpuk, jadi baju Mbak belum saya potong."

Ahh ... tampak kecewa sekali si Lulu karena sudah diberi janji akan jadi hari ini, tetapi ternyata belum.

"Jadi, kapan selesainya?" tanya Lulu dengan nada kecewa.

"Yaa ... sekitar semingguan lagi, ya Mbak," jawab si tukang jahit dengan yakin.

Seminggu kemudian, Lulu kembali menemui tukang jahit. Namun, betapa kesalnya ia dikecewakan berulang kali.

"Bajunya sudah selesai, Mbak, tapi ini tinggal pasang kancing dan belum disetrika."

"Huh ... sama saja artinya belum jadi," batin Lulu.

"Jadi, kapan *nih* saya bisa ambil, Pak?"

"Besok, ya Mbak, jam 9 pagi sudah bisa diambil."

"Bener *nih*, Pak? Jangan janji terus, saya kan bolak-balik jadinya," cetusnya mulai kesal.

"Iya Mbak, sebenarnya sekarang juga sudah bisa diambil, tapi mungkin Mbaknya nunggu agak lama. Jadi, lebih baik besok saja sekalian sudah rapi dan beres. Maaf, ya Mbak."

Keesokan harinya Lulu datang kembali dan berharap bajunya memang sudah benar-benar siap untuk diambil.

"Wah, Mbak sudah datang ya ... maaf, ya Mbak, tolong tunggu sebentar saja, tinggal disetrika," terang si tukang jahit mengawali pembicaraan.

"Loh belum selesai juga, Pak?"

"Iya, Mbak, ini tinggal disetrika saja, kok," jawab Pak Arifin.

Lulu mulai kesal, seakan kesabarannya sudah habis. Tanpa pikir panjang, ia berkata, "Sudah Pak, saya setrika saja sendiri, nanti dipotong biaya setrika gitu saja. Saya mau ke kantor, bisa-bisa saya terlambat hanya karena menunggu Bapak menyetrika."

"Loh..nyetrikanya cepet kok, Mbak. 10 menit beres."

"Kemarin katanya saya disuruh datang jam 9 pagi pasti sudah selesai tapi ternyata belum. Sudah, lipat saja, saya setrika sendiri di rumah."

"Maaf ya Mbak," sesal si tukang jahit.

"Iya, ini langsung saya lunasi. Maaf juga ya Pak jika nanti saya cari penjahit lain saja."

"Em...." Pak tukang jahit itu sungguh tidak mampu berbicara apa-apa. Ia hanya diam sambil melipat dan memasukkan baju jahitan tersebut ke dalam kantong plastik.

Janji memang seharusnya tidak hanya menjadi sekadar janji yang diucapkan, tetapi berusaha untuk memenuhi janji itu. Sering kali tanpa sadar kita sering berjanji kepada teman, kerabat, bahkan pelanggan hanya untuk menyenangkan dan menenangkannya. Ucapan insya Allah sering kali diucapkan secara enteng, tetapi tidak ada niat sama sekali untuk mengusahakan agar ucapan itu benar-benar ditepati.

Seperti apa yang dialami Lulu tentang kesannya terhadap seorang penjahit. Sudah diberikan janji, tetapi sampai tiga kali ia datang tetap saja dikecewakan. Saya kira hal ini mungkin juga pernah Anda alami, entah melalui janji seorang penjahit atau janji orang lain.

Saya teringat tentang sebuah ceramah agama yang pernah saya dengar. Ceramah itu disampaikan oleh Ibu

Sekiranya kurang bisa menepati janji maka janganlah berjanji

Hj. Sakinah, seorang ustadzah sepuh yang sangat disegani di kampung halaman.

Ibu Hj. Sakinah mengawali ceramah dengan menceritakan sebuah kisah tentang seorang penjahit yang kebingungan mencari alasan saat baju jahitannya belum selesai. Di akhir ceramah, Ustadzah menyampaikan agar semua hadirin bisa berhati-hati dan selalu wawas diri, apalagi yang berprofesi sebagai seorang penjahit. Pada umumnya penjahit yang kurang amanah itu tidak bisa menepati janjinya sehingga ia sering berbohong dan mengingkari janji. Bahkan, seolah tidak berusaha untuk menyelesaikan sesuai kesepakatan.

Kembali kita berbicara tentang ucapan "Insya Allah" yang sering diucapkan sebagian orang dalam berjanji. Kita tahu bahwa arti dari ucapan tersebut adalah 'jika Allah mengizinkan'. Dengan melibatkan nama Allah di dalam ucapan, berarti dapat dimaknai bahwa ucapan itu mengandung keseriusan yang sangat, bukan untuk jawaban ragu antara ya dan tidak. Beberapa orang yang menyalahgunakan ucapan itu biasanya memang mencari aman jika ingin menolak ajakan atau permintaan seseorang. Ia sendiri pun tidak bisa memastikan mengatakan ya atau tidak. Jika dikatakan tidak, ia takut menolak. Namun, jika dikatakan ya, padahal sebenarnya ia tidak berkenan.

Jika dimaknai dan ditempatkan pada tempat yang tepat, 'Insya Allah' adalah suatu ucapan yang luhur. Di

dalamnya ada suatu kesungguhan dan usaha maksimal untuk menepati janji. Mengapa? Sebab, Allah yang akan menuntun. Kalaupun ada udzur sakit atau karena sesuatu hal di luar prediksi manusia, hal ini dapat dimaklumi karena Allah-lah yang berkuasa. Namun, berbeda ceritanya jika memang sedari awal niatnya memang sudah menolak atau sungkan mengatakan tidak, hal ini tak dapat menjadi suatu hal yang dimaklumi. Oleh karena itu, sebaiknya dalam berjanji tidaklah mudah mempermainkan dalam mengatakan ucapan 'insya Allah', apalagi dalam berbisnis dan memberikan janji-janji kepada pelanggan.

Membangun kepercayaan sangat penting dalam marketing ala Muhammad. Seperti sudah diketahui melalui bab sebelumnya bahwa pribadi Muhammad saw. adalah pribadi yang jujur sehingga mendapat julukan ash-Shiddiq dan juga dapat dipercaya (al-Amin). Segala jenis keterampilan, peralatan, dan modal itu penting. Namun, di atas itu semua kepercayaanlah yang lebih penting. Jika seorang pengusaha kurang dipercaya oleh pelanggan karyawannya, hancurlah sudah bisnisnya.

Tak ada lagi yang bisa dilakukan jika orang lain sudah tidak percaya lagi. Saya rasa hal ini tidak hanya berlaku dalam dunia bisnis, melainkan juga dalam seluruh aspek kehidupan bahwa kepercayaan akan menimbulkan kenyamanan. Oleh karena itulah, memegang teguh, menjaga apa yang dipercayakan, dan menepati janji sangatlah berperan penting dalam prinsip seorang pebisnis.

Dalam Surah al-Mu'minûn yang sudah disebutkan di atas bahwa keutamaan orang yang memelihara amanat dan menepati janji, mereka itu adalah orang yang beruntung dan dijamin oleh Allah SWT akan menjadi penduduk surga firdaus. Menepati janji, termasuk juga sikap tidak menipu, memalsu, melakukan kebohongan, atau melakukan kecurangan.

Ketika Muhammad menjalankan bisnis dengan menggunakan modal orang lain (mitra/relasi bisnis), beliau sangat teguh dalam memegang dan menepati janji. Sebuah kisah menceritakan bahwa Muhammad saw. pernah mempunyai hubungan bisnis perdagangan dengan Saib bin Ali Saib. Ketika Saib menemuinya pada hari kemenangan Kota Makkah, beberapa orang sahabat berbincang-bincang tentang kebaikan Saib, tetapi Muhammad mengatakan bahwa ia lebih tahu tentang Saib daripada mereka.

Muhammad menyambutnya dengan antusias sambil berkata, "Mari, mari, selamat datang saudara dan temanku yang pernah menjadi mitraku, tetapi tidak pernah bertengkar." Saib mengatakan bahwa Muhammad adalah mitranya dalam berdagang dan selalu lurus dalam perhitungan-perhitungan dagang.

Saib hanyalah salah satu dari beberapa mitra bisnis yang selalu mengenang Muhammad saw. sebagai seorang yang senantiasa menepati janjinya serta terbuka dan transparan dalam melakukan perhitungan. Di samping Saib, tentu masih banyak lagi yang memiliki kesan sangat baik dengan Muhammad,

bahkan dikatakan bahwa semua mitra yang menjalin kerja sama dengan beliau tidak pernah mengeluhkan sesuatu yang buruk, sebaliknya mereka sangat puas bekerja sama dengan beliau.

Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan dan mitra bisnis terletak pada bagaimana pelaku bisnis itu memperlakukannya. Apakah ia bisa menepati janji-janji yang diucapkan atau tidak, sepenuhnya hal itu bergantung pada apa yang ia lakukan. Jika ia berusaha menepatinya, ia juga pasti akan berusaha melakukan yang terbaik sehingga janji itu dapat terpenuhi sesuai dengan kesepakatan waktu. Bisnis dalam bidang jasa ataupun barang, keduanya tetaplah mempersyaratkan interaksi dengan orang lain. Kita tidak hanya berjanji pada diri sendiri, tetapi berjanji kepada orang lain.

Oleh karena itu, sering kali konsekuensi dari penepatan janji sangat erat dikaitkan dengan kepercayaan seseorang. Jika dipercaya, jalinan baiklah yang terjalin. Namun, jika sebaliknya, bisa jadi malapetaka. Terlebih lagi dalam dunia bisnis saat ini, di mana persaingan itu marak terjadi.

Jadi, yang amat menentukan kesuksesan bisnis adalah Anda sendiri sebagai pelaku bisnis utama.

MENJUAL PRODUK BERKUALITAS

Kepuasan dan kejujuran hati seorang pebisnis adalah keuntungan yang tidak bisa didapatkan oleh pebisnis lain yang bermain kotor.

Prinsip berbisnis yang ditekankan Muhammad saw. adalah tidak sekadar mencari keuntungan, tetapi juga selalu berusaha memberi manfaat untuk orang lain. Hal ini dimaksudkan produk yang dijual benar-benar produk yang tidak hanya sekadar bagus *packaging* luarnya, tetapi juga bisa memberi manfaat untuk konsumen yang membeli. Seperti yang telah kita ketahui, menjual produk dengan unsur tipuan sangat tidak dianjurkan oleh Muhammad saw. Sebab, cara itu sangat kotor dan tidak bermartabat.

Saat Rasulullah menjual barang dagangannya, beliau sangat memperhatikan unsur kejujuran saat menjelaskan terkait produk yang akan dibeli oleh konsumennya. Mulai dari keunggulan yang menyebabkan harga yang dipatok agak mahal sampai kekurangan atau cacat dalam produk yang sedang ia

jual. Sering kali Muhammad saw. juga menyebutkan berapa keuntungan yang ia dapatkan dari barang-barang yang ia jual tersebut dengan tidak menutup-nutupi sedikit pun.

Menjual produk yang berkualitas kepada konsumen tentu sangat diutamakan. Jika tidak, tentu si konsumen akan merasa rugi, tidak puas, atau bahkan kurang merasakan manfaat dari apa yang kita jual. Padahal, sifat dasar perdagangan adalah saling membantu dan saling memberikan keuntungan. Jika salah satu pihak ada yang dikecewakan, sudah pasti itu bukanlah jenis perdagangan yang semestinya.

Ada beberapa kesalahan yang terkadang dilakukan oleh beberapa pedagang dalam menjual produk-produknya. Entah sudah diketahui atau memang bermaksud menutupi kualitas produk itu sendiri. Berikut ini beberapa kebiasaan menjual produk agar kita bisa belajar dan terhindar dari praktik penjualan yang tidak syar'i.

1. Menjual tidak sesuai dengan kualitas produk.

Harga jual haruslah sesuai dengan kualitas produk. Penjual harus menjelaskan kepada calon pembeli bahwa produk kualitasnya ada yang kurang baik sehingga ditawarkan dengan harga yang lebih murah. Sebaliknya, harga produk yang mahal harus pula dijelaskan kepada calon pembeli apa yang mendasarinya.

2. Menjual produk haram.

Menjual produk haram juga termasuk tidak boleh dan bahkan haram dilakukan. Coba bayangkan, produknya saja sudah haram, apalagi menjualnya untuk mendapatkan keuntungan besar. Misalnya, menjual minuman keras. Untuk mendapatkan keuntungan tambahan, di warung-warung atau swalayan disediakan pula berbagai jenis miras.

Sering kali saat kita pergi ke daerah-daerah yang menjadi pusat wisata, apalagi yang wisatawannya sebagian besar dari turis asing. Pasti banyak kita jumpai toko-toko yang menjual bebas minuman keras dengan dalih menyediakan untuk para turis asing yang ingin membeli. Sangat disayangkan, ternyata pedagangnya adalah seorang muslim.

Selain menjual hal-hal yang dilarang, menjual sesuatu yang membuat kemerosotan moral dan akal juga sangat dilarang di dalam Islam. Misalnya, menjual majalah, CD *player*, atau novel yang berbau pornografi. Zaman sekarang banyak sekali pemicu merosotnya moral bangsa, terlebih lagi melalui media *online* yang makin canggih.

Istilah popular 'diam-diam menghanyutkan' telah akrab kita dengar. Saya menggunakan istilah tersebut untuk menggambarkan kebiasaan seseorang yang terlihat diam, tetapi menyimpan banyak kejutan, baik kejutan menyenangkan maupun kejutan yang merusak. Jika kejutan itu menyenangkan pasti berimbas baik pula, tetapi bagaimana jika kejutan itu justru berupa

kejutan yang merusak? Seperti seorang siswa yang terkenal pendiam, tetapi ternyata mengoleksi barang-barang yang merusak, seperti video porno.

3. Menjual barang yang belum dimiliki.

Cara berjualan seperti ini hendaknya tidak dilakukan karena tidak ada jaminan bagi penjual untuk memperoleh barang sebagaimana yang diinginkan pembeli. Rasulullah pernah melarang cara jual beli seperti itu. Suatu saat Hakim bin Hizam r.a. bercerita:

أَتَيْتُ رَسُوْلَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فَقُلْتُ: يَأْتِيْنِيْ الرَّجُلُ يَسْأَلُنِيْ مِنَ الْبَيْعِ مَا لَيْسَ عِنْدِيْ أَبْتَاعُ لَهُ مِنَ السُّوْقِ ثُمَّ أَبِيْعُهُ. قَالَ: لَا تَبِعْ مَا لَيْسَ عِنْدَكَ.

Aku menghadap Rasulullah saw., lalu berkata, "Seseorang telah datang kepadaku untuk membeli barang dariku, sementara aku tidak memiliki barang itu. Kemudian, aku pergi ke pasar untuk membeli barang tersebut dan kuserahkan kepadanya." Lalu, Rasulullah bersabda, "Janganlah engkau menjual sesuatu yang tidak ada padamu." (HR Turmudzi no. 1153)

Lalu, bagaimana dengan jual beli *online* yang saat ini marak di kalangan masyarakat? Bukankah banyak dari pembeli yang tidak bisa melihat secara langsung barang yang akan dibeli? Dalam jual beli penting untuk diperhatikan adalah kualitas produk yang diperjualbelikan. Penjual yang curang biasanya sering

kali mempunyai kebiasaan menipu dan menunjukkan foto produk-produk yang tidak sesuai dengan kenyataan.

Jual beli *online* biasanya memang mengandalkan promosi berupa gambar-gambar atau foto-foto produk yang diperjualbelikan. Kalaupun menggunakan tester atau contoh barang nyata, biasanya sangat minim dan hanya terbatas pada jarak dekat (dalam satu kota). Produk yang telah dipilih oleh calon pembeli dikirimkan menggunakan jasa ekspedisi atau jasa kirim barang setelah pembeli tersebut membayar melalui transfer rekening.

Jika penjual adalah orang yang amanah, sudah pasti barang akan sampai dan barang tersebut memang sesuai dengan apa yang diterangkannya sebelum membeli, dalam arti memang berkualitas. Sistem jual beli semacam ini juga memiliki beberapa kekurangan, selain tidak bisa contoh barang secara langsung, juga kadangkala si pembeli tidak menerima barang pesanan atau mungkin kualitas barang itu jelek dan sangat tidak sesuai dengan apa yang dituliskan sebelum membeli.

Membeli melalui media *online*, apalagi dengan penjual yang tidak kita kenal memang harus membutuhkan kehati-hatian jika tidak ingin kena tipu. Kita bisa mempelajarinya terlebih dahulu, apakah penjual tersebut benar-benar memegang produk yang ia jual atau jangan-jangan tidak. Jika tidak, berarti sama seperti kesimpulan hadits di atas bahwa Rasulullah saw. melarang menjual barang yang tidak ada pada penjual.

4. Menjual produk promosi dengan menutupi harga sebenarnya.

Promosi tentu sudah lazim dilakukan oleh pedagang. Mungkin Anda sering mengetahui model promosi "setiap pembelian tertentu dapat membeli produk tertentu". Produk yang digunakan sebagai promosi untuk menarik minat pembeli itu sebenarnya tidak terlalu mahal, tetapi seolah diberi kesan bahwa harganya sangat mahal sehingga pembeli akan merasa mendapatkan untung berlipat-lipat.

Malah bisa jadi hadiah promo yang ditawarkan itu menimbulkan kesan yang lebih mahal dibandingkan dengan harga belinya. Tindakan ini sangatlah tidak diperbolehkan. Mengapa? Sebab, tindakan tersebut termasuk dalam membohongi pelanggan karena menutupi harga beli produk yang sebenarnya. Meskipun dengan berbagai alasan, misalnya produk yang dibeli langsung dari pabrik, tetap saja penjual harus jujur menyebutkan harga belinya kepada pelanggan.

MARAH YANG BERKELAS

Sebagian besar bisnis sarat akan interaksi dengan orang lain, sedangkan setiap orang itu memiliki karakter yang berbeda, saat itulah mungkin Anda sedang diuji.

Banyak pedagang yang kebakaran jenggot setelah barang dagangannya diobrak-abrik pembeli yang hanya sibuk memilih, tetapi tak kunjung membeli. Jika sudah seperti itu, biasanya si penjual menjadi sewot, ngomel ke sana kemari, dan ngedumel tidak jelas. Ini terjadi di toko pakaian, seorang penjual sedang melayani pembeli yang kebetulan adalah seorang ibu-ibu muda.

"Mbak, tolong ambilkan gamis yang digantung itu?"

"Aduh Mbak, kainnya *kok* begini, tidak jadi, coba *deh* tolong ambilkan yang itu, ya?"

"Kok, jahitannya ada yang rusak, ya Mbak, ada stok yang lain *nggak*?"

"Tidak ada pilihan warna lain, ya Mbak?"

"Aduh warnanya tidak ada yang cocok Mbak, saya ke sini lagi minggu depan saja ya, setelah warna yang saya cari ada."

Karakter pembeli memang berbeda-beda karena sejatinya mereka tetaplah manusia dengan keunikannya masing-masing. Ada pembeli yang cerewetnya melebihi si penjual, ada yang nurut terhadap saran si penjual, tetapi ada juga yang suka menawar harga jauh di bawah harga normal. Inilah yang terkadang menimbulkan kemarahan si penjual.

Terkadang justru bukan si penjual yang marah, tetapi justru si pembelilah yang marah-marah kepada penjual akibat kesalahan si penjual atau ada kesalahpahaman. Nah, jika yang menjadi penyebab kemarahannya adalah kesalahpahaman, terkadang juga bisa memicu kemarahan si penjual. Jadi, bisa dibayangkan jika kedua belah pihak saling marah. Penjual tidak terima dituduh, pembeli bersikukuh bahwa dirinya benar, makin parah pastinya.

Muhammad saw. menegakkan sikap rendah hati tak hanya di dalam aktivitas keseharian, tetapi juga dalam berdagang.

Bagaimana menghadapi pembeli yang bermacam-macam itu? Ternyata Nabi saw. juga pernah berhadapan dengan berbagai macam karakteristik pembeli. Seperti

yang kita teladani bahwa Nabi saw. adalah sosok penyabar dan memiliki kreativitas yang hebat terlebih dalam jual beli. Beliau selalu berkeyakinan bahwa setiap pembeli yang datang jelas memiliki karakteristik yang berbeda-beda. Inilah taktik dagang Muhammad saw. dalam menghadapi pembeli.

Berlandaskan sikap rendah hati, Muhammad saw. menghadapi setiap pembeli yang berbeda-beda karakter itu dengan kreativitas. Tabiat setiap manusia itu beragam, tetapi mereka juga memiliki kesamaan, yaitu memiliki potensi akal budi yang diberi Tuhan. Itulah yang membedakannya dari makhluk lain. Potensi akal budi tersebut seharusnya bisa makin meneguhkan iman dan melatih kesabaran seseorang.

Dalam keseharian Rasulullah saw. pernah marah, tetapi kemarahannya tentu tidak mungkin tidak ada sebabnya. Beliau marah bukan semata sebab pribadi, melainkan untuk kepentingan agama. Rasulullah saw. marah ketika melihat pelanggaran agama, marah jika umatnya tak segera melakukan kebaikan atau menangguhkan sesuatu yang seharusnya diutamakan. Kalaupun harus marah kepada seseorang, beliau tak langsung menegurnya di depan umum. Sebab, beliau tak ingin menjatuhkan harga diri orang yang bersalah itu sehingga tidak menyebutkan nama orang yang melakukan hal itu untuk menjaga perasaannya. Saat marah, Nabi saw. tak pernah 'bermain tangan' atau menyakiti secara fisik. Rasulullah saw. mempergunakan potensi akal budi yang diberi, bukan semata dengan ego dan perasaan.

Dalam aktivitas sehari-hari, tentu kita tak lepas memunculkan rasa marah, terlebih dalam urusan perniagaan. Jika tak pandai mengelola rasa marah dalam menghadapi pembeli yang dikatakan 'super' itu, pasti ledakan bom 'marah' mudah saja diluncurkan.

Mengapa dalam urusan perniagaan sering kali memunculkan kemarahan? Jual beli itu tergolong aktivitas yang melelahkan, apalagi jika dalam satu hari itu si penjual melayani beberapa pembeli dengan banyak karakter yang berbeda-beda pula. Dalam kondisi lelah seseorang mudah sekali terbawa emosi. Inilah mengapa beberapa penjual yang berhadapan dengan pembeli yang super cerewet kebanyakan menjadi sewot, tidak sabar menunggu ketika memilih barang, bahkan memuncak dengan marah.

Berbeda jika sedari awal tonggak yang dipakai dalam menjalankan usaha adalah kerendahhatian. Saat menghadapi pembeli yang bermacam-macam—tua, muda, laki-laki, perempuan, kalem, cerewet, atau suka menawar—pasti akan berusaha mengerem tindakan yang kurang menguntungkan. Ingatlah sekali lagi bahwa dalam berdagang kita tidak hanya berinteraksi dengan diri sendiri, melainkan juga berinteraksi dengan pelanggan.

Menghadapi berbagai macam karakter pelanggan itu sudah wajar terjadi, yang berbeda dan membuktikan kualitas diri adalah sikap sabar, rendah hati, dan kreativitas melayani.

RAMUAN TIGA

MENGAYOMI KARYAWAN

KARYAWAN ADALAH CERMINAN DIRI KITA DALAM MENJALANKAN BISNIS.

PELANGGAN TIDAK MENGENAL KITA SEBAGAI PEMILIK USAHA, MELAINKAN KARYAWANLAH YANG BERINTERAKSI LANGSUNG DENGAN MEREKA.

JADI, HARGAILAH KARYAWAN ANDA SEBAGAIMANA ANDA MENGHARGAI DIRI SENDIRI.

MEMBAYAR GAJI TEPAT WAKTU

Jika Anda adalah seorang pekerja, apa yang paling ditunggu setelah Anda menyelesaikan pekerjaan Anda? Gaji. Pikirkan itu saja agar Anda mampu menghargainya tentang kebahagiaan yang didapat olehnya.

Para karyawan sebuah pabrik berkumpul di halaman untuk menggelar demo besar-besaran. Hari ini mereka sedang mogok kerja karena merasa tak digubris oleh pemimpinnya. Bagaimana tidak? Sudah lima bulan gaji yang mereka terima selalu tidak tepat waktu, bahkan dua bulan belakangan jumlah yang mereka terima kurang dari gaji bulanan biasanya.

Kasus ini sudah mereka adukan kepada pemimpin perusahaan, tetapi sama sekali tidak mendapat respons positif. Akhirnya, demo digelar untuk menuntut dibayarnya gaji secara penuh. Inilah yang menjadi alasan mereka untuk tetap maju menyuarakan. Semua karyawan bergerak tak terkecuali, menuntut apa yang sudah menjadi hak mereka, yaitu gaji.

Dalam kenyataan demo seperti itu memang sering kali terjadi di Indonesia. Para buruh pabrik atau pegawai di perusahaan tertentu menuntut aspirasi mereka kepada pimpinan mereka. Apalagi jika bertepatan dengan Hari Buruh Nasional, seolah memang sudah rutinitas tahunan dan agenda wajib para buruh untuk demo meminta kenaikan gaji. Namun sayangnya, tradisi itu sering kali justru mengganggu pengguna jalan hingga mengundang kemacetan di sana-sini.

Gaji memang hak seorang pekerja dan kewajiban yang harus ditunaikan oleh pemilik usaha itu (majikan). Hal ini menjadi sangat penting karena menyangkut kesejahteraan pekerja atau karyawan. Dalam dunia bisnis di Indonesia, kita mengenal kata gaji dan upah. Keduanya tentu memiliki perbedaan dan kesamaan yang perlu Anda ketahui. Gaji dan upah pada dasarnya memang sama, yaitu sama-sama harus ditunaikan oleh seorang majikan kepada pekerjanya.

Hanya saja biasanya gaji diberikan kepada pekerja sesuai dengan kesepakatan awal antara kedua belah pihak, yang paling umum adalah sebulan sekali. Sedangkan, upah biasanya diberikan setelah pekerjaan itu selesai (tidak dalam tempo yang lama). Hal ini juga identik dengan istilah 'pegawai tetap' dan 'pegawai tidak tetap'.

Jika pegawai tetap biasanya menerima gaji, sedangkan pegawai tidak tetap atau juga pegawai musiman biasanya yang diterima adalah upah. Namun, perbedaan antara keduanya tidak mutlak dan memang bergantung pada kebijakan masing-masing

pekerjaan. Sekalipun begitu, tetap saja upah dan gaji adalah kewajiban yang harus dibayarkan.

عَنْ عَبْدِ اللهِ بْنِ عُمَرَ قَالَ: قَالَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: أَعْطُوا الْأَجِيْرَ أَجْرَهُ قَبْلَ أَنْ يَجِفَّ عَرَقُهُ.

Dari Abdullah bin Umar berkata: Rasulullah saw. bersabda, "Berikan kepada seorang pekerja upahnya sebelum keringatnya kering."
(HR Ibnu Majah no. 2434)

Hadits tersebut menjelaskan agar para majikan hendaknya bersegera menunaikan hak si pekerja setelah selesainya pekerjaan atau jika sudah disepakati sebelumnya bahwa gaji yang diterima adalah tiap bulan. Tidak membayarkan gaji atau justru menundanya sebagai bentuk kezaliman yang dilakukan majikan kepada pekerjanya. Padahal, gaji atau upah adalah hak para karyawan untuk mendapatkannya, tetapi dengan alasan tertentu justru majikan tidak membalas apa yang sudah mereka kerjakan. Ada beberapa kebiasaan majikan yang hendaknya kita hindari.

1. Tidak membayarkan gaji.

قَالَ اللهُ تَعَالَى: ثَلَاثَةٌ أَنَا خَصْمُهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ رَجُلٌ أَعْطَى بِيْ ثُمَّ غَدَرَ وَرَجُلٌ بَاعَ حُرًّا فَأَكَلَ ثَمَنَهُ وَرَجُلٌ اسْتَأْجَرَ أَجِيْرًا فَاسْتَوْفَى مِنْهُ وَلَمْ يُعْطِهِ أَجْرَهُ.

Allah berfirman, "Tiga jenis (manusia) yang Aku akan menjadi musuhnya kelak pada hari kiamat, yaitu seseorang yang memberi dengan nama-Ku, kemudian berkhianat. Seseorang yang menjual orang yang merdeka (bukan budak), kemudian memakan uangnya. Dan seseorang yang mempekerjakan pekerja dan telah diselesaikan pekerjaannya, tetapi ia tidak memberikan upahnya."
(HR Bukhari no. 2109)

Perkara tidak membayar adalah perkara yang tidak disukai oleh Rasulullah Muhammad saw. Hal ini dibuktikan dari banyaknya hadits yang menjelaskan tentang peringatan Rasul untuk membayarkan gaji kepada pekerja setelah selesai pekerjaannya. Tidak tanggung-tanggung, bahkan beliau memasukkan dalam tiga perkara yang pelakunya akan menjadi musuh beliau pada hari kiamat.

2. Telat atau sengaja menunda membayarkan gaji.

مَطْلُ الْغَنِيِّ ظُلْمٌ.

Menunda penunaian kewajiban (bagi yang mampu membayar utang) termasuk kezaliman.
(HR Bukhari no. 2125)

لَيُّ الْوَاجِدِ يُحِلُّ عِرْضَهُ وَعُقُوْبَتَهُ.

Orang yang menunda kewajiban, halal kehormatannya dan pantas mendapatkan hukuman.
(HR Abu Dawud no. 3144)

Jika alasan tidak segera memberikan gaji adalah sebuah kesengajaan yang dilakukan oleh majikan, itu merupakan sesuatu yang tidak boleh dilakukan. Gaji atau upah adalah kewajiban yang harus dibayarkan kepada pekerja. Bahkan, Rasulullah saw. menyebutkan bagi majikan-majikan yang memang secara sengaja menunda memberikan gaji disebut sebagai orang yang pantas mendapat hukuman. Perkara ini bukanlah main-main karena termasuk 'menzalimi orang lain'. Dengan alasan apa pun, gaji atau upah merupakan hak si pekerja setelah melakukan pekerjaannya.

3. Memotong gaji (tidak utuh).

Seorang pekerja berhak atas upahnya jika ia telah menunaikan pekerjaannya dengan semestinya dan sesuai dengan kesepakatan. Jika suatu kali pekerja tersebut membolos bekerja tanpa alasan yang benar atau sengaja mengerjakan pekerjaan dengan tidak semestinya, hal itu sepatutnya telah dibuat kesepakatan sebelumnya, misalnya pemotongan gaji. Hal itu dilakukan karena setiap hak pasti dibarengi dengan kewajiban.

Selama pekerja melakukan kewajiban, yaitu menjalankan pekerjaannya, selama itu ia berhak atas upah yang dibayarkan secara penuh. Tentu hal ini bergantung pada kebijakan masing-masing perusahaan atau tempatnya bekerja. Pada umumnya segala jenis peraturan termasuk dalam hal penerimaan gaji sudah termaktub dalam 'peraturan kerja' atau 'pedoman kepegawaian'.

Berbeda jika seorang majikan yang memotong gaji pegawainya secara sepihak tanpa keterbukaan dan latar belakang kesalahan pegawai itu. Jika seperti itu yang terjadi, tentu termasuk kezaliman. Pemotongan gaji pegawai harus berlandaskan latar belakang yang dapat dibenarkan. Misalnya, seorang pegawai tidak mampu menjalankan tugasnya dengan baik atau ia sengaja lalai tidak mengerjakan apa yang telah menjadi pekerjaannya.

Seorang majikan mempunyai hak atas pemotongan gaji berdasarkan kesepakatan yang telah dibuat sebelumnya. Biasanya ketika seorang pegawai mempunyai kesalahan, semisal sering tidak masuk atau tidak mengerjakan tugas-tugasnya, majikan akan memberikan surat peringatan. Itu merupakan suatu bentuk kebijakan yang baik sebelum seorang majikan memberikan opsi sanksi. Seandainya seorang pegawai justru tidak mengalami perubahan ke arah yang lebih baik, ada sanksi yang diberikan, biasanya berupa pemotongan gaji, demosi kerja, bahkan pemberhentian kerja.

Kebijakan yang dilakukan secara sepihak sekalipun oleh majikan tanpa menjelaskan duduk permasalahan kepada si pegawai sungguh bukanlah hal yang diajarkan Nabi saw. Beliau adalah sosok yang sangat menghargai. Bahkan, terhadap orang yang berbuat salah sekalipun beliau akan memberi nasihat yang membangun, bukan dengan tindakan yang sepihak.

Ketiga kebiasaan salah majikan tersebut merupakan hal yang sangat tidak disukai Rasulullah saw.

Kita tahu bahwa beliau juga pernah menjadi pekerja. Ketika mengelola perdagangan seseorang, beliau masih muda dan menerima upah seperti dalam bentuk unta. Beliau melakukan dua kali perjalanan dagang untuk Khadijah dan mendapatkan upah dua ekor unta betina dewasa.

Hal lain yang biasanya dilakukan Khadijah saat mendapati Muhammad memperoleh keuntungan yang sangat besar, yang belum pernah diraih oleh siapa pun sebelumnya adalah memberikan bagian keuntungan yang lebih besar dari yang telah mereka berdua sepakati. Apa yang dilakukan Khadijah tersebut mencirikan seorang majikan yang bisa menunaikan kewajibannya, yaitu membayar upah kepada pekerjanya. Itulah salah satu kuncinya dalam menjadi pebisnis hebat bahwa suatu kewajiban memang wajib untuk ditunaikan.

YOU ARE THE BEST EXAMPLE

Seorang pengusaha sukses adalah seseorang yang mempunyai integritas dan berwibawa di mata karyawan-karyawannya.

Ungkapan di atas agaknya pas untuk menggambarkan kekuatan seorang pengusaha sebagai tonggak penentu suksesnya sebuah bisnis yang sedang dijalani. Dalam sebuah bisnis yang makin membesar tidak mungkin kita mengerjakan sendiri, kecuali dengan bantuan orang lain. Saat itulah kita membutuhkan karyawan untuk menggantikan tugas kita atau membantu meringankan apa yang sedang kita kerjakan.

Setiap majikan pasti mempersyaratkan berbagai persyaratan khusus guna merekrut karyawannya. Ada yang sangat membutuhkan pengalaman kerja, ada yang mempersyaratkan bidang keilmuan yang ditekuni, atau gender calon karyawan: pria atau wanita. Persyaratan-persyaratan itu wajar saja diajukan karena memang bentuk ikhtiar seorang majikan memilih karyawan sesuai dengan kebutuhan dan tenaga yang diharapkan. Syarat-syarat dari seorang pemimpin atau

majikan sudah tentu berbeda-beda antara satu dan yang lain.

Ketika beberapa calon karyawan mengajukan diri, pemimpin akan memilih yang sesuai dan merekrutnya sebagai pekerjanya apabila memenuhi syarat. Ada yang jika sudah diterima harus melalui tahap training atau pelatihan terlebih dahulu sebelum nantinya diputuskan menjadi karyawan tetap. Namun, ada juga yang tanpa melalui training dan langsung ditetapkan menjadi karyawan tetap.

Sebagaimana yang telah saya singgung sebelumnya bahwa seorang pemimpin atau majikan adalah tonggak penentu kesuksesan sebuah bisnis, jadi peranannya sangat diperhitungkan. Kecil sekali kemungkinannya bahwa dalam sebuah bisnis yang besar seorang pemimpin terlibat langsung dengan pelanggan. Jika bisnis itu dalam skala yang kecil atau sedang, kemungkinan pemimpin atau majikan mereka turut campur tangan dan kontak langsung dengan konsumen bisa saja terjadi. Namun, jika skala bisnis sudah berkembang besar, kemungkinannya sangat kecil.

Pada umumnya pemimpin bisnis lebih mementingkan untuk menjalin hubungan baik dengan relasi atau bahkan lebih *concern* dengan hasil fluktuatif perusahaan, apakah makin naik atau justru menurun.

Nah, jika pemimpin tidak terlibat secara langsung dalam melayani pelanggan, lalu bagaimana dengan keberlangsungan bisnisnya. Padahal, kita tahu bahwa pelayanan kepada pelanggan sangat berperan penting

terhadap kesan pelanggan itu sendiri, akankah ia merasa puas ataukah tidak. Jika merasa puas, kemungkinan kembali sangat tinggi dan sudah pasti akan berimbas baik terhadap bisnis kita. Namun, jika kesan yang ditimbulkan adalah kesan yang kurang baik, pastilah sangat memengaruhi citra sebuah bisnis yang sedang kita jalani.

Itulah mengapa seorang pemimpin hendaknya selalu memberi contoh terbaik kepada setiap karyawannya. Berbagai bentuk pelatihan untuk melatih kemampuan dasar, bahkan kemampuan khusus dalam menjalankan pekerjaan masing-masing memang lazim dilakukan. Namun, ada satu hal yang sering kali terlupakan dan terkadang tidak didapatkan saat pelatihan adalah *'personal example'* seorang pemimpin itu sendiri. Hal ini bisa diamati dan diambil pelajaran dalam keseharian seorang pemimpin. Contoh nyata lebih baik daripada sekadar teori yang bertele-tele. Dengan selalu melibatkan contoh diri sendiri, tentu akan lebih mudah dipahami oleh setiap karyawan.

Berikut beberapa aspek utama yang memengaruhi kepribadian seseorang, terutama pemimpin suatu perusahaan yang berakibat pada sikap karyawan atau anak buahnya:

1. cara bersikap,
2. gaya bicara, dan
3. penanganan masalah.

Seorang pemimpin yang memiliki sifat kasar dan hanya suka memerintah karyawannya, lebih

Seorang pemimpin
yang bisa diamati
oleh para karyawan
akan menjadi model
langsung terkait
apa saja yang perlu
dicontoh dari pribadi
pemimpin mereka.

tidak disukai karena tidak memberikan efek positif bagi karyawannya, selain hanya urusan gaji yang terbayarkan. Pekerjaan tidak hanya dilakukan secara fisik semata, tetapi lebih besar dari itu adalah psikis yang menuntun seseorang melakukan pekerjaan.

Jika *mood* jelek saat melakukan pekerjaannya, pasti tidak akan berhasil baik. Sebaliknya, jika *mood* yang ditimbulkan baik saat melakukan pekerjaannya, seakan tidak ada keterpaksaan dan sudah pasti akan berhasil baik pula. Pentingnya *'best example'* sangat terasa bagi kesuksesan sebuah bisnis. Anda ingin menjadikan bisnis Anda seperti apa, hal itu bergantung pada bagaimana Anda memperlakukan karyawan-karyawan yang Anda miliki.

Ketika Muhammad saw. berdagang dan memiliki beberapa relasi serta orang-orang yang turut membantunya, beliau sangat ramah terhadap mereka. Beliau adalah seorang yang jujur, dapat dipercaya, dan selalu ramah terhadap siapa saja. Contoh berupa karakter diri itulah yang kemudian melekat pada diri seorang Muhammad saw. sehingga kapan pun dan di mana pun beliau berada, karakter tersebut tidak pernah hilang ke mana-mana. Hal itulah yang menjadi daya tarik bagi semua relasi dan orang-orang yang turut membantu beliau sebagai model nyata yang memberikan inspirasi.

Ketika Khadijah kagum dengan pribadi Muhammad saw., ia mengangkatnya sebagai relasi bisnis, bahkan sebagai orang kepercayaan untuk membantu menjalankan usahanya sebelum akhirnya

Khadijah dan Muhammad dipersatukan Allah SWT dalam ikatan pernikahan. Itulah mengapa pribadi pebisnis saya katakan sebagai *'best example'* untuk para karyawan.

Jika karyawan yang kita miliki dapat mengambil sisi positif dan secara tak sengaja meniru apa yang menjadi kebaikan diri, kita pun turut membuka jalan kebaikan untuk orang lain. Berdakwah melalui pribadi diri sendiri juga ternyata bisa dilakukan dalam dunia bisnis. Mari berbenah.

KELUARGA BARU YANG MENENANGKAN

Jika dalam keluarga terdapat ayah, ibu, anak, nenek, kakek, dan saudara, lalu ketika Anda memutuskan untuk berbisnis dan melibatkan seseorang agar turut membantu, anggota keluarga Anda telah bertambah.

إِنَّ إِخْوَانَكُمْ خَوَلُكُمْ جَعَلَهُمُ اللهُ تَحْتَ أَيْدِيْكُمْ فَمَنْ كَانَ أَخُوْهُ تَحْتَ يَدِهِ فَلْيُطْعِمْهُ مِمَّا يَأْكُلُ وَلْيُلْبِسْهُ مِمَّا يَلْبَسُ وَلَا تُكَلِّفُوْهُمْ مَا يَغْلِبُهُمْ فَإِنْ كَلَّفْتُمُوْهُمْ مَا يَغْلِبُهُمْ فَأَعِيْنُوْهُمْ.

Sesungguhnya saudara-saudara kalian adalah tanggungan kalian, Allah menjadikan mereka di bawah tangan kalian, maka siapa yang saudaranya berada di tangannya hendaklah ia memberi makan dari apa yang ia makan dan memberi pakaian dari pakaian yang ia pakai dan janganlah kalian membebani mereka dengan apa yang mereka tidak sanggup. Jika kalian membebani mereka dengan apa yang mereka tidak sanggup, bantulah mereka.
(HR Bukhari no. 2359)

Hubungan antara majikan dan pekerja bukan hanya sebatas hubungan pekerjaan formal, melainkan karyawan sudah dianggap sebagai keluarga sendiri. Konsep menganggap karyawan sebagai bagian dari keluarga majikan merupakan konsep Islam yang lebih dari 14 abad yang lalu telah disabdakan oleh Nabi saw. Konsep ini dipakai pengusaha-pengusaha Arab pada masa lalu. Mereka yang merupakan pengusaha muslim sering kali memperhatikan kehidupan karyawannya di luar lingkungan kerjanya. Hal inilah yang sangat jarang dilakukan oleh para majikan saat ini.

Wilson menulis dalam bukunya yang berjudul *Islamic Bussiness Theory and Practice* menyebutkan, "Walaupun perusahaan itu bukanlah perusahaan keluarga, para majikan muslimin sering kali memperhatikan kehidupan karyawannya di luar lingkungan kerjanya. Hal ini sulit dipahami oleh para pengusaha Barat."

Konsep Islam selalu mengajarkan kepada kita bahwa dalam dunia perniagaan sangat menjunjung tinggi nilai tolong-menolong. Apalagi jika seorang pengusaha memiliki karyawan untuk menolong atau membantu pekerjaannya. Bisnis yang bagus tentunya suatu saat pasti bisa berkembang menjadi besar. Oleh karena itulah, memiliki karyawan juga harus dipikirkan. Kita tidak mungkin mengurusi semua pekerjaan sendiri dalam waktu yang bersamaan, sedangkan setiap hari bisnis yang kita miliki makin maju pesat. Saat itulah kita membutuhkan karyawan sebagai ganti dari diri kita dalam melayani atau melakukan pekerjaan lain.

Meskipun demikian, banyak majikan yang kurang memahami arti dari keberadaan karyawan. Kebanyakan dari mereka justru bertindak semena-mena seolah para karyawannya itu hanyalah boneka, robot, dan semacamnya yang bisa diperlakukan apa saja selagi kita membayar. Itulah mengapa sering kita dengar berita kriminal yang mengisahkan tindakan yang kurang baik dari seorang majikan. Kasus yang sering muncul adalah majikan yang tega menganiaya pekerjanya. Ia adalah seorang Tenaga Kerja Wanita asal Indonesia yang bekerja sebagai seorang pembantu rumah tangga di negara tetangga. Agaknya memang kasus semacamnya sering kali terjadi beberapa tahun silam. Ada yang kasusnya sampai dibawa ke meja hijau, ada yang tiba-tiba putusan perkaranya tidak selesai, dan ada juga yang kasusnya tiba-tiba menghilang seolah tidak pernah terjadi.

Sangat disayangkan jika memang benar bahwa payung hukum sudah tidak lagi berlaku untuk melindungi para tenaga kerja. Tak peduli entah mereka memilih bekerja di dalam negeri sendiri ataupun di negeri orang lain. Sudah sepatutnyalah kita menghargai mereka. Sebab, peran seorang pekerja atau karyawan yang banyak memberi manfaat kepada majikannya itulah konsep Islam sangat memedulikan dan begitu menghargai keberadaannya.

Sudah jelas dikatakan dalam hadits di atas bahwa Rasulullah saw. menganjurkan kita sebagai majikan menganggap karyawan sebagai saudara sendiri. Dalam sebuah keluarga tentu memiliki beberapa saudara yang

wajib kita hargai dan lindungi, salah satu di antaranya adalah para karyawan yang turut membantu kita dalam penyelesaian pekerjaan. Jika sekiranya mereka tinggal di tempat yang sama atau terpisah dan dapat kita pantau, sepatutnya kita lebih memperhatikan sebagaimana yang diajarkan Rasulullah dengan memberi makanan, pakaian, dan tidak membebani dengan pekerjaan yang berat, kecuali dengan bantuan kita atau sesuai dengan tugas masing-masing yang saling membantu.

Selain memperhatikan kondisi fisik, hal yang perlu dicermati adalah berteman dengan psikis mereka. Hal ini dimaksudkan agar seorang majikan bisa memberi perhatian kepada karyawan-karyawannya dalam hal menyenangkan hati dan bisa mengerti keinginan-keinginan mereka. Dalam sebuah hubungan keluarga yang menjadi pokok adalah kedekatan psikis. Tidak hanya fisik yang sering bertemu, berkumpul, dan bersenda gurau, tetapi lebih dari itu. Yaitu, kedekatan psikis yang mampu menenteramkan serta memberi kenyamanan dan rasa bahagia pasti sangat dibutuhkan agar tercipta hubungan keluarga yang harmonis.

Demikian juga, hubungan keluarga antara seorang majikan dan karyawan-karyawannya sangat membutuhkan kedekatan psikis. Itulah yang membuat karyawan Anda merasa nyaman dan bahagia menjadi bagian dari bisnis yang sedang Anda geluti. Kita tentu sangat memahami apa yang terjadi jika seseorang sudah merasakan kebahagiaan dan kenyamanan. Jika seseorang yang sedang jatuh cinta hatinya berbunga-

Sebab, Andalah contoh terbaik untuk karyawan-karyawan Anda.

bunga dan penuh kebahagiaan, pasti sepanjang hari wajahnya tampak cerah ceria. Kebahagiaan yang ia rasa menimbulkan kekuatan luar biasa, bahkan yang awalnya sukar dilakukan menjadi mudah saja jika sedang merasa bahagia.

Sebagai majikan, Anda seolah dapat memberi vitamin untuknya agar kembali memiliki semangat bekerja. Itulah pengaruh besar dari kedekatan psikis yang mampu menimbulkan kebahagiaan dan pasti imbasnya sangat bagus untuk bisnis yang sedang Anda jalani.

Mulai saat ini jika Anda masih menganggap bahwa 'karyawan ya hanya karyawan', buanglah anggapan itu. Mereka juga manusia yang butuh dihormati. Jika kita menempatkan mereka seperti anggota keluarga, sebagaimana anjuran Rasulullah saw., pasti kedekatan itu akan terbentuk dan keduanya merasa nyaman menjalin kerja sama yang baik.

Seorang karyawan
yang merasakan
kebahagiaan dalam
dirinya pasti dalam
melakukan aktivitas
pekerjaannya
juga tampak
bersemangat.
Ia akan
mengoptimalkan
kemampuan dirinya
saat bekerja karena
tidak ada paksaan.

SPIRITUAL ATMOSPHERE

Suasana yang baik akan menimbulkan kenyamanan dan kenyamanan itulah yang bisa mendorong etos kerja meningkat.

Dalam bab 'Pebisnis Shalih', telah Anda ketahui kisah tentang Jody, seorang pengusaha dan pemilik Waroeng Stick yang menerapkan konsep *Spiritual Company* dalam bisnisnya. Selain memuaskan pelanggan, ia juga senantiasa mengayomi karyawan-karyawannya dengan selalu meningkatkan kualitas diri mereka. Jody membuat semacam rutinitas kerja yang menggabungkan antara aspek spiritual dan pekerjaan masing-masing karyawan. Misalnya, absensi karyawan dengan shalat Dhuha dan istirahat kerja dengan melakukan shalat berjamaah terlebih dahulu. Selain itu, sebagai pemilik bisnis, ia juga mengadakan sayembara untuk memacu para karyawan dalam menghafalkan Al-Qur'an. Sudah pasti ada hadiah yang diberikan bagi karyawan yang mampu mengikuti sayembara tersebut, yaitu diberangkatkan umrah

gratis. Para karyawan tentu sangat antusias dan merasa mengalami peningkatan diri.

Apa yang dilakukan Jody tersebut mendapat poin plus-plus. Sebab, selain mampu meningkatkan kualitas spiritual masing-masing karyawan, peningkatan kualitas kerja juga mengalami kenaikan drastis. Mengapa bisa demikian? Keteraturan yang sengaja dibangun Jody dengan menggabungkan aspek spiritual dengan rutinitas kerja secara langsung melatih kedisiplinan bagi setiap karyawan.

Karyawan terlatih untuk rutin menjalankan ibadah shalat jamaah, shalat sunnah, dan bahkan menyempatkan waktu menghafalkan Al-Qur'an. Kekeluargaan yang terjalin di antara mereka tidak menimbulkan keterpaksaan, tetapi justru kenyamanan dalam bekerja. Apabila karyawan sudah nyaman, pekerjaan akan mereka lakukan dengan senang hati dan berimbas baik.

Para karyawan tidak hanya disibukkan dengan urusan duniawi tentang bagaimana mendapatkan penghasilan, tetapi juga menyiapkan perbekalan untuk akhiratnya. Pikiran saya teringat kembali akan ceramah agama yang disampaikan seorang ustadz di masjid kampung kami.

Sang ustadz berkata, "Orang yang sering menjalankan shalat Dhuha, shalat Tahajjud, apalagi puasa Senin-Kamis biasanya oleh Allah dianugerahi wajah yang sumringah, cerah, dan bersinar. Ia juga memiliki kepekaan ingatan yang tajam sehingga ia tidak mudah lupa akan hal-hal tertentu sekalipun ia telah menua."

Spiritual atmosphere
atau suasana
rohani tidak hanya
menimbulkan
ketenangan dan
kenyamanan jiwa,
tetapi juga secara
tidak langsung akan
menambah etos kerja
para karyawan.

Pak Ustadz merujuk pada penelitian yang ia lakukan pada sejumlah tokoh dan beberapa hadits tentang keutamaan melakukan ibadah-ibadah sunnah. Sebut saja, Pak Habibie, seorang mantan presiden yang dianugerahi Allah SWT kecerdasan akal dan ingatan yang luar biasa meskipun usianya sudah tak terbilang muda lagi. Dalam kesehariannya, ternyata Pak Habibie sering melaksanakan puasa sunnah. Selain itu, beberapa nama kiai yang terkenal dan tokoh lainnya ternyata sebagian besar mereka adalah penggiat ibadah sunnah.

Apa hubungannya dengan bisnis? Saya sengaja memutar ingatan saya kembali tentang ceramah agama yang pernah saya dengar itu. Coba Anda bayangkan jika Allah saja menganugerahkan akal cerdas dan ingatan tajam kepada orang-orang yang senantiasa istiqamah beribadah, apalagi hanya untuk sesuatu hal kecil, yaitu bisnis! Mudah saja bagi Allah selagi orang itu menjaga keistiqamahannya, apalagi jika sampai menghadirkan suasana ibadah itu di tengah perjalanan bisnisnya. Indah sekali tentunya.

Pemimpin yang memiliki model seperti ini, yang menghadirkan *spiritual atmosphere* di antara perjalanan usahanya, memang jarang sekali dijumpai, tetapi tidak menutup kemungkinan makin meningkat banyak. Barangkali salah satunya adalah Anda yang sedang membaca buku ini, yang sedang merintis dan mencoba menjadikan usaha Anda diliputi rahmat Allah SWT. Semoga saja.

Pada dasarnya pengusaha yang seperti itu ingin mewujudkan budaya kerja yang sesuai dengan perspektif Islam. Pekerjaan yang tidak sekadar menjadi rutinitas kerja semata, tetapi sudah membudidaya agar sesuai dengan syariat Islam. Orang yang sedang bekerja di dalam kebaikan sangatlah mulia di mata Islam.

Dalam sebuah kisah diceritakan bahwa suatu hari Nabi Muhammad saw. berjumpa dengan Sa'ad bin Mu'adz al-Anshari. Ketika itu Nabi saw. melihat tangan Sa'ad melepuh, kulitnya gosong kehitam-hitaman seperti terpanggang matahari. *"Mengapa tanganmu?"* tanya Nabi. Jawab Sa'ad, "Wahai Rasulullah, tanganku seperti ini karena mengolah tanah dengan cangkul itu untuk mencari nafkah keluarga yang menjadi tanggunganku." Seketika itu Nabi saw. mengambil tangan Sa'ad dan menciumnya seraya berkata, *"Inilah tangan yang tidak akan pernah disentuh api neraka."*

Kerja adalah perintah suci Allah kepada manusia. Meskipun akhirat lebih kekal daripada dunia, Allah SWT tidak memerintahkan hamba-Nya meninggalkan kerja untuk kebutuhan duniawi. Dalam sebuah ayat dijelaskan bahwa Allah menganjurkan mencari pekerjaan yang baik untuk dunia dan akhiratnya.

وَابْتَغِ فِيمَآ ءَاتَىٰكَ ٱللَّهُ ٱلدَّارَ ٱلْءَاخِرَةَ ۖ وَلَا تَنسَ نَصِيبَكَ
مِنَ ٱلدُّنْيَا ۖ وَأَحْسِن كَمَآ أَحْسَنَ ٱللَّهُ إِلَيْكَ ۖ وَلَا تَبْغِ
ٱلْفَسَادَ فِى ٱلْأَرْضِ ۖ إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلْمُفْسِدِينَ ﴿٧٧﴾

Dan carilah (pahala) negeri akhirat dengan apa yang telah dianugerahkan Allah kepadamu, tetapi janganlah kamu lupakan bagianmu di dunia dan berbuatbaiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah telah berbuat baik kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di bumi. Sungguh, Allah tidak menyukai orang yang berbuat kerusakan.
(QS al-Qashash [28]: 77)

Dalam perspektif Islam, seorang yang melakukan suatu pekerjaan haruslah mempunyai ciri-ciri sebagai berikut.

1. Berusaha sebaik-baiknya agar tercapai suatu tujuan yang halal, melakukan pekerjaan dengan ikhlas dan sesuai syariat, serta senantiasa melakukan pekerjaannya dengan sebaik-baiknya.
2. Senantiasa meminta tolong kepada Allah SWT dan mengakui keterbatasan dirinya dengan selalu berdoa serta tidak meninggalkan ibadah.

Kedua ciri itulah yang membuat seorang muslim giat dalam bekerja. Dengan setiap pekerja yang memiliki pemikiran seperti itu—bekerja tidak hanya karena duniawi, tetapi juga akhirat—maka *spiritual atmosphere* yang terjadi dalam lingkungan kerja akan menuntut bisnis itu berkembang baik serta memberi manfaat dan berkah untuk banyak orang.

RAMUAN EMPAT

MENGHADAPI PESAING

PERSAINGAN DALAM SEBUAH MARKETING ITU WAJAR DAN JUSTRU MAKIN MENINGKATKAN KUALITAS BISNIS ITU SENDIRI.

ITULAH MENGAPA MUHAMMAD SANGAT MENGHORMATI PARA PESAINGNYA.

TIDAK MENJELEK - JELEKKAN BISNIS ORANG LAIN

Hati-hati! Bisnis yang kotor terkadang tumbuh melalui sebuah mulut.

"Eh ibu-ibu, hati-hati *lho* kalau makan sembarangan bakso sekarang, siapa yang tahu kalau sudah dicampuri formalin?" cetus seorang ibu saat membeli sayur.

"Memang masih *trend* ya, Bu, bakso formalin sekarang? Bukannya sudah dilarang beberapa tahun yang lalu, ya?" tanya seorang ibu menyahuti.

"Undang-undang dilarang *sih* memang ada, Bu, tapi kalau dilakukan diam-diam, siapa yang tahu? *Tuh* buktinya, masih ada saja yang melakukan kecurangan itu," jawabnya dengan nada mengajak bergosip.

"Ih memang Ibu tahu siapa yang curang?" ibu yang lain menanggapi.

"Ya jelas dong ibu-ibu, saya kasih tahu ya, baksonya Cak Slamet itu pakai campuran formalin."

"Aduh Bu, jangan asal menuduh *deh*, masa iya Cak Slamet orangnya curang begitu."

"Eee saya lihat sendiri lho, Bu, waktu itu saya memang kehabisan daging dan di pasar sudah habis. Lalu, saya diberi tawaran Cak Slamet untuk pinjam dagingnya dulu sekilo. Eh waktu saya di rumahnya, ada botol formalin, ya mungkin habis dicampurkan ke adonan baksonya."

"Ah masa iya sih Bu, mungkin Bu Ina ini membuat cerita sendiri. Ah ... Bu Ina kan juga penjual bakso."

"Eh Bu, penjual bakso mah banyak dan pasti laku-laku saja karena sudah punya pelanggannya sendiri-sendiri. Setiap hari dagangan saya habis tuh. *Ngapain* juga saya *nyebarin* isu yang tidak benar. Saya cuma ingin kasih tahu agar ibu-ibu bisa lebih hati-hati."

"Tapi kok tega ya, Cak Slamet begitu? Kan dia sudah puluhan tahun menjual bakso dan banyak loh pelanggan setia baksonya."

"Ya saya mana tahu ibu-ibu, mungkin efek harga daging yang makin mahal, jadi bisa melakukan apa saja."

"Iya juga ya. Aduh mana anak saya doyan sekali makan baksonya Cak Slamet."

"Nah itu ibu-ibu harus hati-hati dan benar-benar harus pandai memilih. Kita pasti tidak mau kan keluarga kita menjadi korban bahayanya formalin?"

"Aduh ... takut."

Berbisnis atau menjalani sebuah usaha memang tidak terlepas dari yang namanya persaingan. Seperti yang kita ketahui bahwa yang menjalankan usaha bukanlah kita seorang saja, melainkan ada banyak yang menjalani profesi serupa, bahkan apa yang dijual juga sama. Dalam satu pusat perbelanjaan atau pasar tidak hanya satu yang menjual pakaian, makanan, atau sayur-sayuran, tetapi beberapa penjual pasti menjajakan barang yang sama.

Cerita di atas adalah seorang penjual bakso yang kebetulan masih tetangga alias satu RT, hanya saja satu penjual menjajakannya dengan cara berkeliling, sedangan Cak Slamet—yang digosipkan itu—sudah mempunyai tempat tersendiri (warung). Bu Ina yang memiliki usaha menjajakan bakso keliling merasa iri hati kepada Cak Slamet yang nasibnya lebih mujur. Oleh karena itulah, ia mulai menyebarkan isu untuk mematikan dagangan pesaingnya. Tentu saja isu yang menjelek-jelekkan orang lain ini biasanya dilakukan secara sembunyi-sembunyi dan berusaha menutup-nutupi kebohongan yang ia buat sendiri.

Sangat disayangkan, bahkan sampai saat ini persaingan dengan model seperti itu masih saja berkembang. Persaingan memang dirasa makin sengit jika terjadi pada penjual yang notabene menjual barang dagangan yang sama. Pastilah salah satu di antara keduanya mengalami kecemburuan, iri hati melihat yang lebih banyak mendapatkan keuntungan. Adanya sifat iri ini, kemudian menghalalkan berbagai cara, termasuk menyebarkan isu dan menjelek-jelekkan orang lain.

Hal semacam itu termasuk dalam perbuatan ghibah. Ghibah disebut juga suatu ejekan merusak karena sedikit sekali orang yang lidahnya dapat selamat dari cela dan cerca. Oleh karena itu, tidak mengherankan apabila Al-Qur'an melukiskan dalam bentuk tersendiri yang cukup meggetarkan hati dan menggugah perasaan.

Sesungguhnya orang-orang mukmin itu bersaudara, karena itu damaikanlah antara kedua saudaramu (yang berselisih) dan bertakwalah kepada Allah agar kamu mendapat rahmat. Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain (karena) boleh jadi mereka (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok) dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olokkan) perempuan lain (karena) boleh jadi perempuan (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barang siapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim. Wahai orang-orang yang beriman! Jauhilah banyak dari prasangka, sesungguhnya sebagian prasangka itu dosa dan janganlah kamu mencari-cari kesalahan orang lain dan janganlah ada di antara kamu yang menggunjing sebagian yang lain. Apakah ada di antara kamu yang suka memakan daging saudaranya yang sudah mati? Tentu kamu merasa jijik
(QS al-Hujurât [49]: 10-12)

Akrab di telinga kita terkait ungkapan 'lidah tidak bertulang'. Dengan hanya bersenjatakan ucapan saja, sudah cukup melukai sasaran. Kekuatan ucapan memang masih tak tergantikan. Coba kita kaitkan dengan berbagai bentuk promosi. Jika baliho, pamflet, atau selebaran hanya dipandang sekilas atau syukur-syukur dibaca, kemudian orang tertarik. Namun, jika menggunakan metode *mouth by mouth*, iklan yang bisa menimbulkan suara, apalagi berkisah tentang pengalaman orang lain, pasti efek yang ditimbulkan lebih membekas dan bisa jadi lebih banyak yang tertarik.

Itulah kelebihan menggunakan mulut atau ucapan dalam sebuah promosi. Selain bisa mendatangkan kebaikan, ternyata juga bisa mendatangkan keburukan sesuai dengan tajam tidaknya ucapan tersebut. Isu yang tersebar diibaratkan api yang mudah sekali merambat, membakar kertas, kayu, bahkan sebuah bangunan rumah. Sekali isu disulutkan maka dengan cepat isu-isu itu ditangkap oleh telinga orang lain, kemudian disebarkan kembali melalui mulut, sampai ke telinga, dari mulut lagi, telinga, dan begitu seterusnya.

Berpendapat memang boleh-boleh saja, tetapi memang sebaiknya sesuai dengan kebenaran, bukan malah dijadikan sebagai ajang fitnah dan kebanyakan dipelintir. Memang awalnya bermula dari pendapat pribadi, tetapi kemudian sengaja ditambah-tambahi bumbu dan justru malah melenceng jauh dari kebenaran.

إِنَّ الَّذِينَ فَتَنُوا الْمُؤْمِنِينَ وَالْمُؤْمِنَاتِ ثُمَّ لَمْ يَتُوبُوا فَلَهُمْ عَذَابُ جَهَنَّمَ وَلَهُمْ عَذَابُ الْحَرِيقِ ﴿١٠﴾

Sungguh, orang-orang yang mendatangkan cobaan (bencana, membunuh, menyiksa) kepada orang-orang mukmin laki-laki dan perempuan lalu mereka tidak bertobat maka mereka akan mendapat azab Jahanam dan mereka akan mendapat azab (neraka) yang membakar.
(QS al-Burûj [85]: 10)

Allah SWT mengganjar orang yang menyebar fitnah, mempelintir kebenaran menjadi kebohongan sehingga bergaung menjadi isu. Ia akan dikumpulkan bersama para pendosa lain di neraka jahanam. Kita tahu bahwa Allah SWT telah menjelaskan neraka jahanam itu sebagai neraka yang paling berat siksaannya. Bahkan, Rasulullah saw. memberi gelar bagi penyebar fitnah dengan julukan seburuk-buruk manusia.

أَلَا أُخْبِرُكُمْ بِخِيَارِكُمْ؟ قَالُوْا: بَلَى يَا رَسُوْلَ اللهِ، قَالَ: الَّذِيْنَ إِذَا رُءُوْا ذُكِرَ اللهُ تَعَالَى، ثُمَّ قَالَ: أَلَا أُخْبِرُكُمْ بِشِرَارِكُمْ الْمَشَّاءُوْنَ بِالنَّمِيْمَةِ الْمُفْسِدُوْنَ بَيْنَ الْأَحِبَّةِ الْبَاغُوْنَ لِلْبُرَاءِ الْعَنَتَ.

"Inginkah kalian aku beritahukan manusia terburuk di antara kalian?" Para sahabat menjawab, "Ya." Beliau bersabda, "Yaitu orang-orang yang ke sana kemari menyebar fitnah, yang memecah belah di antara orang

yang saling mencintai dan meniupkan aib kepada orang-orang yang tidak berdosa/bersalah."
(HR Ahmad no. 26317)

Menyebar fitnah untuk menjelek-jelekkan bisnis orang lain sering kali terjadi di sekitar kita. Apalagi saat ini bisa merambat dengan begitu cepat lewat dunia maya. Informasi apa pun, entah itu fitnah ataupun kebenaran akan begitu cepat menyebar. Bahkan, ada beberapa bisnis yang tiba-tiba gulung tikar karena tidak lagi dipercaya oleh pelanggan yang termakan isu fitnah yang tersebar.

Itulah ulah pesaing cemen yang hanya berani menyebarkan isu di belakang, pantas jika pelakunya diganjar dengan neraka jahanam oleh Allah SWT. Semoga kita terhindarkan dari hal-hal yang demikian dan dijadikan sebagai pedagang yang sesuai dengan syariat Islam. *Âmîn.*

TIDAK MELAKUKAN *RISYWAH*

Perilaku menjijikkan yang sebenarnya menyesatkan seorang pelaku bisnis adalah *risywah*.

Andre ingin sekali diangkat menjadi Pegawai Negeri Sipil (PNS) di kota tempat ia tinggal. Ia sudah beberapa kali mengikuti Tes Penerimaan Calon Pegawai Negeri Sipil (CPNS), tetapi tidak pernah sekali pun lolos seleksi. Keinginannya makin menggebu seiring dengan bertambahnya kebutuhan hidup yang makin meningkat. Ia memiliki seorang istri dan dua anak yang masih balita, tentu saja kebutuhan untuk membeli makanan, pakaian, susu, dan popok anak makin bertambah.

Tahun ini ia diberi penawaran oleh temannya untuk menjadi guru PNS di lingkungan Departemen Agama (Depag). Saat ini, ia dan istrinya adalah seorang guru yang bekerja di salah satu sekolah swasta berbasis agama. Ketika mendapat tawaran itu, tentu hati Andre dan istri menjadi berbunga-bunga penuh harap. Namun, ada satu hal yang terus mengganggu pikiran karena tawaran itu tentu saja tidak gratis.

Ada sejumlah syarat yang melengkapi penawaran istimewa itu, yaitu dengan memberi uang komisi sebagai jalan mulus dijadikannya abdi negara. Harga pembuka jalan itu tidak bisa dikatakan murah karena banyak orang yang tertarik mengikuti, bahkan bersedia mengantri untuk membayar. Oleh karena itu, pengambilan keputusan sanggup atau tidaknya haruslah dijawab dengan tempo yang tidak terlalu lama. Saat ini Andre dan istri makin galau antara keinginan menggebu dan cara mendapatkan biaya pembuka jalan tersebut.

Akhirnya, mereka menjual beberapa petak sawah yang diberikan orang tua dan sejumlah perhiasan istri. Sebab, dua orang yang mendaftar tentu membutuhkan biaya dua kali lipatnya. Kemudian, sisa pembayaran rencananya akan dibayar dengan cicilan setiap kali menerima gaji, selama sudah menjadi PNS. Benar saja, dengan mudahnya mereka berdua diangkat menjadi PNS dan bekerja di salah satu sekolah negeri di kota tempat mereka tinggal.

Andre menjadi guru di salah satu madrasah aliyah negeri, sedangkan istrinya menjadi guru di SMP negeri. Mereka tak peduli apakah keputusan yang telah mereka ambil itu diperbolehkan atau dihalalkan, yang mereka tahu hanyalah tidak menyia-nyiakan kesempatan. Kemudian, beberapa bulan setelah pengangkatan dan mendapat gaji pertama, mereka berdua tampak mengirit biaya. Bahagia sih bahagia, tetapi memang terlihat sekali ada yang dipikirkan dan ada yang ditahan-tahan. Ya barangkali karena gajinya yang kurang utuh tadi untuk menambal kekurangan.

Zaman dahulu—semoga tidak berlanjut sampai sekarang—masih dipenuhi dengan kisah-kisah semacam di atas. Seolah memang banyak sekali orang-orang model Andre dan istrinya itu. Anggapan mereka, perbuatan selain mencuri dan membunuh tidak bisa dikatakan perbuatan haram. Oleh karena itu, orang-orang yang melakukan tindakan semacam itu seakan santai saja dan merasa tidak bersalah sedikit pun.

Itu hanya sepenggal kisah dari ribuan orang yang mungkin kisahnya banyak ditemui. Entah itu di lembaga pendidikan, administrasi perkantoran, bahkan di bidang perniagaan, semua tak luput dari kejahatan perilaku *risywah*. *Risywah* sering diartikan sebagai tindakan suap-menyuap atau sogok-menyogok. Apa pun dan siapa pun yang disuap tentu perilaku semacam itu tidak dibenarkan sama sekali. Sayangnya perilaku ini seakan tak pernah surut dimakan zaman. Masih ada saja orang-orang yang berlaku menjijikkan ini.

Tak ada pengecualian, mulai dari yang revolusioner sampai yang agamis sekalipun masih ada saja yang melakukannya. Sebab, memang benar, tidak ada jaminan bahwa orang-orang yang bekerja di lingkungan agamis menjadi tidak tergiur dengan gemerlapnya godaan, apalagi keinginan yang sudah lama membuncah, seperti ingin menjadi PNS tadi.

Yang berperan tentu saja bukan lingkungan agamisnya, tetapi pribadi yang menjalankan. Perilaku ini muncul dari pemikiran dan keinginan diri untuk memperoleh lebih dari yang ia dapat. Oleh karena itulah, ia mulai menghalalkan sogokan atau suapan

untuk mempermulus jalannya. Alih-alih mendapat keberuntungan dan kebahagiaan dari suap yang ia lakoni, ia justru mendapat laknat Rasulullah saw. dan Allah SWT tak hanya di dunia, tetapi juga di akhirat.

لَعَنَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ الرَّاشِيَ وَالْمُرْتَشِيَ وَالرَّائِشَ يَعْنِيْ الَّذِيْ يَمْشِيْ بَيْنَهُمَا.

Rasulullah saw. melaknat orang yang menyogok, orang yang disogok, dan orang yang memperantarai dalam penyogokan.
(HR Ahmad no. 21365)

Sudah jelas bahwa jangankan Allah SWT, Nabi saw. saja sangat melaknat orang yang sengaja menyuap untuk mendapatkan kepentingannya, orang yang disuap, dan perantaranya yang telah menerima upah dari si penyuap itu. Betapa meruginya orang-orang itu. Nikmat di dunia hanyalah sementara dan tidak tahu sampai kapan akan bertahan. Sebuah rumah nan megah bak istana saja bisa hangus terbakar dalam hitungan jam, apalagi hanya harta atau jabatan. Mudah saja bagi Allah SWT untuk menenggelamkan apa yang ia miliki, sebagaimana telah ditenggelamkannya harta Qarun ke dasar bumi.

Beberapa tahun silam Indonesia digemparkan dengan berita korupsi Proyek Hambalang, di mana nama beberapa pejabat tinggi negara menjadi tersangkanya. Kabarnya, mereka menerima suap dari pihak-pihak terkait guna memuluskan tujuannya. Suatu kerugian moral yang amat besar bagi bangsa ini.

Pelaku *risywah* di bidang bisnis sangat beragam dan tidak bisa dipastikan secara pasti. Mengapa? Sebab, sekali lagi bahwa yang menjalankan suatu bisnis itu adalah pribadi dan tentu perilaku baik atau kurang baik semua itu bergantung pada pribadi yang menjalani. Ada pebisnis baik yang jujur dan sesuai syariat, tetapi ada juga pebisnis yang kurang baik, bertindak curang, dan sama sekali tidak mencirikan syariat Islam.

Pada dasarnya pilihan itu terletak di masing-masing pengusaha, jalan yang lurus ataukah berbelok. Anda pilih menyuap atau bertindak adil dan mengikuti alur. Anda memilih membahagiakan keluarga di dunia saja dan menyengsarakan di akhirat ataukah sebaliknya. Jika pilihan Anda adalah ingin bahagia di keduanya, lakukanlah hal-hal yang tidak mengundang laknat Allah. Sudah jelas diketahui bahwa perilaku menyuap termasuk hal yang sangat dilaknat Allah SWT.

Memuluskan niat juga sering kali terjadi di dunia bisnis. Untuk mendapatkan proyek atau tender, tak jarang para pelaku bisnis menghalalkan berbagai cara agar mereka berhasil mendapatkannya.

SINERGI DALAM BISNIS

Bersatu itu menimbulkan rahmat dan kekuatan, sedangkan perpecahan itu menimbulkan azab.

Islam tidak mengenal persaingan bisnis, tetapi mengenal bersinergi. Ukhuwah atau persaudaraan merupakan salah satu ajaran yang paling penting untuk diwujudkan dalam masyarakat Islam. Itulah mengapa dalam berbisnis sekalipun sangat membutuhkan yang namanya sinergi. Banyak umat Islam yang telah bergelut dalam bisnis syariah, baik itu di bidang perbankan, asuransi, bisnis makanan, maupun jenis perdagangan lain.

Beberapa bisnis syariah yang melemah kadang-kala disebabkan oleh beberapa hal. Sebab, banyaknya pelaku bisnis syariah hingga menimbulkan persaingan yang tidak sehat, bahkan tidak harmonis akibat satu sama lain saling menjelek-jelekkan lembaga bisnis yang lain.

...وَلَا تَنَازَعُوا فَتَفْشَلُوا وَتَذْهَبَ رِيحُكُمْ.... ﴿٤٦﴾

... dan janganlah kamu berselisih, yang menyebabkan kamu menjadi gentar dan kekuatanmu hilang
(QS al-Anfâl [8]: 46)

Pertumbuhan lembaga-lembaga bisnis syariah yang cukup marak di Indonesia, bagaimanapun tentu akan menimbulkan persaingan bisnis antara satu sama lain. Namun, yang perlu diperhatikan bahwa hendaknya persaingan itu tidak membawa pada keretakan umat. Pada dasarnya antara pengusaha satu dan pengusaha lain bisa berjalan secara bergandengan dan bersinergi, bukannya malah merasa bisa berkembang tanpa bantuan yang lain.

Sinergi dapat diartikan sebagai bentuk kerja sama yang dihasilkan melalui kolaborasi masing-masing pihak tanpa adanya perasaan kalah. Stephen Covey mengatakan dalam bukunya *7 Habits of Highly Effective People*, jika 1+1=3, itulah yang disebut sinergi. Sinergi saling mengisi dan melengkapi perbedaan untuk mencapai hasil lebih besar daripada jumlah bagian per bagian.

Jika terjadi persaingan itu wajar, hal ini bisa diatasi dengan persaingan sehat tanpa melanggar syariat. Bukan disebut bisnis syariah jika sistem operasi dan produknya saja yang syar'i, sementara sikap pelakunya tidak mencerminkan syar'i sama sekali. Berikut di antara persaingan curang yang sering kali dilakukan oleh pengusaha.

Membangun sinergi yang solid dan kukuh dapat menguatkan kekuatan bisnis syariah.

1. Sengaja Menyaingi

Seorang pebisnis yang sengaja menyaingi pebisnis lain justru akan sangat merugikan. Sebab, tujuannya dari awal adalah mengadakan persaingan, sama saja bermain api. Niat yang seperti itu telah dilarang oleh Rasulullah saw. karena selain merugikan orang lain juga merugikan diri sendiri.

لَا يَبِيْعُ بَعْضُكُمْ عَلَى بَيْعِ أَخِيْهِ.

Janganlah seseorang di antara kalian menjual di atas jualan saudaranya.
(HR Bukhari no. 1995)

Kegiatan bisnis seorang pengusaha dengan pengusaha lainnya harus saling menguntungkan dan dilarang menyaingi kawan bisnis. Misalnya, seseorang membuka toko agar toko yang selama ini ramai menjadi sepi pembeli, kemudian ia menjual barang dagangan yang sama.

Nah, hal semacam itu dapat dikategorikan sengaja menyaingi penjual lain dan termasuk cara curang yang dilarang oleh Rasulullah saw.

2. Mematikan Penjual Lain

Tujuan bisnis dengan cara ini adalah membuat pesaing gulung tikar. Misalnya, melakukan praktik banting harga. Praktik ini dilakukan agar pembeli datang ke tokonya dan penjual lain merasa kelabakan karena semua pembelinya berpindah. Pembeli tentunya akan memilih barang yang lebih murah di antara toko yang

ada sehingga jika suatu produk dijual dengan banting harga, pasti akan lebih menarik minat para pembeli.

Praktik curang untuk mematikan pesaing sebenarnya akan merugikan diri sendiri. Sebab, tanpa adanya persaingan suatu produk, produk tidak bisa dikatakan berkualitas dan mutu pelayanan tidak akan meningkat. Bahasa pasar saat ini adalah 'ada harga ada barang'. Maksudnya, barang yang memiliki kualitas bagus pasti memiliki harga yang lebih tinggi. Kualitas bagus tidak hanya dilihat dari *packaging* produk itu sendiri, tetapi juga manfaat yang diperoleh dari suatu produk agar tidak merugikan konsumen di kemudian hari.

Tantangan yang dihadapi oleh pengusaha, apalagi pengusaha yang menekankan konsep syariah dalam era globalisasi saat ini bisa dikatakan makin kompleks, baik dari segi internal maupun eksternal.

Sering kali beberapa pengusaha bisnis syariah mengadakan semacam expo, yang di dalamnya setiap pengusaha bisa saling promosi dan mengenalkan macam-macam bisnis syariah yang digeluti oleh pengusaha muslim. Cara ini di samping mempererat ukhuwah antara sesama pengusaha juga akan menimbulkan kesan yang baik bahwa pengusaha muslim itu kuat dan damai, tanpa menjelek-jelekkan satu sama lain, justru saling memberi manfaat dan bermanfaat untuk yang lain.

Para pengusaha harus menyusun kekuatan dan bersinergi mengembangkan bisnis dengan langkah-langkah yang terencana, sistematis, dan terorganisasi, baik dalam menyelenggarakan kegiatan maupun promosi.

RUMPUT TETANGGA TAK LEBIH HIJAU

... Dan jika kamu menghitung nikmat Allah, niscaya kamu tidak akan mampu menghitungnya. Sungguh, manusia itu sangat zalim dan sangat mengingkari (nikmat Allah). (QS Ibrâhîm [14]: 34)

Hampir sebagian orang pernah memiliki rasa iri melihat kehidupan orang lain yang lebih baik darinya. Ketika melihat seseorang yang lebih tinggi derajat sosialnya, lebih sukses, lebih kaya, lebih pintar, lebih beruntung, dan lebih-lebih yang lain, hal semacam ini terkadang menimbulkan keinginan untuk bisa seperti mereka, bahkan ingin melebihi mereka.

Sifat iri merasa ingin seperti orang lain yang lebih beruntung pada dasarnya merupakan suatu hal yang wajar. Setiap orang tentu menginginkan kehidupannya berjalan dengan baik dan penuh kebahagiaan. Namun, yang perlu diperhatikan adalah penempatan sifat iri tersebut. Beberapa orang melampiaskan perasaan iri itu dengan hal-hal positif, tetapi sebaliknya ada juga yang melampiaskan dengan hal-hal negatif.

Jika perasaan iri tersebut dalam arti positif, yaitu bertujuan memotivasi diri untuk menjadi lebih baik dari sebelumnya dengan selalu meningkatkan kualitas diri, berusaha melakukan yang lebih baik lagi, dapat dikatakan bahwa perasaan iri itu mengalir ke arah yang benar. Namun, masalah besar jika perasaan iri itu dilampiaskan pada hal-hal negatif di setiap tindakan dan perkataan. Misalnya, berkata dengan kata-kata kasar, mengolok, membenci, bahkan berusaha mencelakai dan menjatuhkan target.

Inilah kondisi umum yang terjadi pada diri seseorang yang tidak pandai bersyukur. Ia selalu melihat orang lain lebih baik dan lebih sukses darinya seolah semua rumput tetangganya lebih hijau dari miliknya. Tidak hanya dalam kehidupan pribadi sehari-hari, bahkan di dalam dunia bisnis hal inilah yang sering membutakan mata para pengusaha sehingga tak jarang membenarkan cara bermain kotor.

Seseorang memandang orang lain lebih baik, tetapi sebenarnya kehidupannya lebih menyenangkan daripada kehidupan orang yang dilihatnya. Kita hanya bisa melihat bungkus luar dari kehidupan seseorang dan tak pernah bisa mengetahui isi hatinya. Belum tentu orang yang kita cemburui itu kehidupan mereka lebih bahagia, lebih sukses, dan lebih beruntung itu merasakan kebahagiaan dan ketenteraman seperti yang terpancar dari luarnya. Tentu tidak bisa diprediksi.

Kebahagiaan tidak bisa dibeli dengan uang. Ini terasa klise dan barangkali berkali-kali mampir ke

telinga. Namun, pada kenyataannya, istilah tersebut memang benar adanya. Kebahagiaan memang tidak bergantung pada jumah uang atau kekayaan sekalipun. Hidup memerlukan uang, tetapi uang bukanlah segala-galanya dan bukan menjadi hal utama yang diperhitungkan seseorang. Meskipun banyak yang meyakini pendapat tersebut, ternyata banyak pula yang masih beranggapan *'money is number one'*. Begitulah kehidupan manusia, selalu saja ada perasaan kurang dalam dirinya.

Kalau disadari, dalam dirinya sungguh telah banyak nikmat yang diberi oleh Sang Kuasa. Setiap nikmat yang diberikan itu harus senantiasa disyukuri. Baik itu nikmat masih diberikan usia yang panjang, kesehatan, anggota keluarga yang mendukung, maupun teman-teman yang selalu memberikan keceriaan. Nikmat memang seharusnya disyukuri, bukan terus-terusan dikeluhkan, kurang ini dan itu.

فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ ﴿١٣﴾

Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kamu dustakan?
(QS ar-Raḥmân [55]: 13)

Untuk bisa menikmati dan mensyukuri kehidupan, salah satu hal yang bisa dilakukan adalah selalu melihat dengan perspektif yang positif. Rasulullah saw. selalu mencontohkan bagaimana seharusnya seseorang bersikap jika rasa iri itu timbul pada saat ia melihat kehidupan orang lain yang dirasa membahagiakan.

Suatu saat Nabi saw. pernah menyampaikan nasihat kepada Abu Dzar dan Abu Dzar berkata:

أَمَرَنِيْ خَلِيْلِيْ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بِسَبْعٍ: أَمَرَنِيْ بِحُبِّ الْمَسَاكِيْنِ وَالدُّنُوِّ مِنْهُمْ وَأَمَرَنِيْ أَنْ أَنْظُرَ إِلَى مَنْ هُوَ دُوْنِيْ وَلَا أَنْظُرَ إِلَى مَنْ هُوَ فَوْقِيْ

Kekasihku, yakni Nabi saw. memerintah tujuh perkara padaku, di antaranya: (1) beliau memerintahkanku agar mencintai orang miskin dan dekat dengan mereka, (2) beliau memerintahkanku agar melihat orang yang berada di bawahku (dalam masalah harta dan dunia), juga supaya aku tidak memperhatikan orang yang berada di atasku (HR Ahmad no. 20447)

Apa yang disampaikan Rasulullah kepada Abu Dzar tersebut tentu merupakan sebuah pesan juga untuk semua umatnya. Sebagaimana hadits lain yang menjelaskan pentingnya melihat ke bawah bukan ke atas.

إِذَا نَظَرَ أَحَدُكُمْ إِلَى مَنْ فُضِّلَ عَلَيْهِ فِي الْمَالِ وَالْخَلْقِ فَلْيَنْظُرْ إِلَى مَنْ هُوَ أَسْفَلَ مِنْهُ.

Jika salah seorang di antara kalian melihat orang yang memiliki kelebihan harta atau rupa, maka lihatah kepada orang yang berada di bawahnya.
(HR Bukhari no. 6009)

عَنْ أَبِيْ هُرَيْرَةَ قَالَ: قَالَ رَسُوْلُ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: انْظُرُوْا إِلَى مَنْ أَسْفَلَ مِنْكُمْ وَلَا تَنْظُرُوْا إِلَى مَنْ هُوَ فَوْقَكُمْ فَهُوَ أَجْدَرُ أَنْ لَا تَزْدَرُوْا نِعْمَةَ اللهِ.

Dari Abu Hurairah, Rasulullah saw. bersabda, "Pandanglah orang yang berada di bawahmu (dalam masalah harta dan dunia) dan janganlah engkau pandang orang yang berada di atasmu (dalam masalah ini). Dengan demikian, hal itu akan membuatmu tidak meremehkan nikmat Allah kepadamu."
(HR Muslim no. 5264)

Dengan memelihara sifat yang mulia, yakni selalu memandang orang di bawahnya dalam masalah dunia, seseorang akan dapat merealisasikan syukur dengan sebenarnya. Mensyukuri bahwa rumput di halamannya tak kalah hijau dibanding rumput tetangga. Jika seseorang selalu melihat ke atas, ia akan menganggap nikmat Allah itu kecil sehingga selalu tidak puas dan ingin selalu mendapat lebih. Tidak demikian jika seseorang melihat ke bawah, ia akan senantiasa ridha, bersyukur atas nikmat Allah, dan selalu menjaga agar tidak menunjukkan sikap sombong terhadap orang lain.

Selalu merasa tidak puas juga akan mudah mengundang datangnya setan. Mengapa demikian? Sebab, iri itu menggerogoti hati yang bersih sehingga dengan mudah setan membisikkan dan memunculkan kedengkian yang bertambah.

Seorang pengusaha yang merasa iri dengan usaha pesaingnya yang ternyata lebih maju dan mendapat banyak pelanggan selalu menghalalkan segala cara agar pesaingnya itu jatuh, bahkan bangkrut.

Persaingan dalam bisnis tak seharusnya dilakukan dengan cara-cara yang tidak bermoral. Apa penyebabnya? Hanya karena sedikit iri, kurang bisa bersyukur atas nikmat yang diperoleh mengakibatkan perasaan iri itu bertambah, makin membesar hingga mungkin meledakkan dirinya menjadi 'pengusaha yang tidak layak disebut'. Sungguh hal itu tidak dibenarkan dalam bisnis secara syar'i. Sebelum mengakar dan meledak seperti itu, yakinilah dan selalu tanamkan bahwa 'rumput Anda tidak kalah hijau dibanding rumput tetangga'. Selamat bersyukur!

SETAN GUNDUL

Orang-orang yang tidak yakin dengan dirinya sendiri selalu saja tak puas dan berusaha mencari kepuasan ke sana kemari.

Kisah yang pernah saya dengar tentang seorang kiai yang tidak berani makan di restoran. Bukan sebab tak mampu membayar atau tak suka dengan cita rasa makanan yang disajikan di restoran itu, melainkan memang tidak berani untuk memakan makanan tersebut.

Kisah ini bermula dari seorang kiai yang diajak untuk perjamuan makan selepas memberikan tausiyah agama di suatu tempat. Perjamuan itu dilaksanakan di restoran terkenal yang cukup mewah, tempatnya besar, dan selalu laris dengan pembeli.

Konon restoran ini menyajikan berbagai menu makanan favorit yang rasanya bisa dikatakan super, saking lezatnya. Pak Kiai sungguh tidak tahu akan diberi penghormatan dan dijamu malam itu.

Berhentilah mobil yang sedang ditumpanginnya itu di parkiran restoran mewah tersebut. Untuk menghormati, tentu dengan senang hati Pak Kiai mengiyakan dan mengikuti yang lain menuju tempat makan.

Selang beberapa lama setelah Pak Kiai duduk di kursi pengunjung, betapa kaget beliau melihat beberapa wanita yang telanjang bulat di mana-mana. Para wanita itu berlari ke sana kemari sambil menjilati piring-piring setiap pengunjung restoran, bahkan beberapa kali ada yang meludahi piring-piring itu. Seketika itu Pak Kiai yang bisa menyaksikan tingkah laku para wanita telanjang itu terdiam dan tidak berkata apa-apa tentang apa yang dilihatnya. Beliau hanya menundukkan pandangan sambil sesekali tersenyum lembut dan berbincang dengan orang-orang yang menjamu.

"Lho, Pak Kiai tidak makan?" tanya seseorang yang duduk di sebelahnya.

"Oh iya, terima kasih. Saya sudah cukup kenyang diberi suguhan di majelis tadi," terang Pak Kiai bermaksud menolak.

Beliau memang tidak terlalu banyak bicara dan lebih banyak diam menunggu mereka selesai makan. Setelah selesai, mereka semua kembali ke mobil dan melanjutkan perjalanan. Di dalam mobil Pak Kiai ditanya oleh seorang murid yang selalu menemaninya ke mana saja beliau berdakwah.

"Pak Kiai, ada apa tadi Panjenengan tidak makan?"

"Saya tadi tidak berani makan karena ada wanita-wanita aneh yang mengusik pandangan saya."

Barulah setelah itu Pak Kiai berani mengutarakan apa saja yang dilihatnya tadi selama di restoran. Semua yang mendengar tentu saja merinding dan juga mau muntah saat Pak Kiai bercerita jika piring itu telah dijilati dan bahkan diludahi oleh sekelompok wanita aneh itu. *A'ûdzu billâhi minasy syaithânirrajîm.*

Terjadinya persaingan dalam dunia bisnis memang membuat orang saling berusaha untuk mengungguli, baik dari segi keuntungan maupun keberhasilan mendatangkan banyak pelanggan. Hal tersebut memicu untuk melakukan berbagai cara agar tujuannya tercapai dan dapat memenangkan persaingan. Bahkan, ada yang menggunakan cara-cara yang sangat buruk sekalipun, salah satunya adalah ilmu sihir.

Di Indonesia sendiri sihir-sihir yang digunakan itu telah banyak kita kenal namanya melalui cerita-cerita yang tersebar dari mulut ke mulut. Ada yang berupa pesugihan, seperti babi ngepet, tuyul, monyet, kelelawar, ular, dan wanita telanjang. Ada juga sihir yang memang secara khusus digunakan untuk menghancurkan, melukai, atau justru memikat seseorang dan kelompok tertentu, seperti santet, susuk, dan bola api.

Sihir biasanya menggunakan perantara jin dalam menjalankan misinya. Dalam ilmu ghaib, jin dan se-

bangsanya bisa menyerupai apa saja dan siapa saja. Kita mengimani bahwa Allah SWT memang menciptakan jin sebagaimana menciptakan manusia, ada yang beriman dan ada pula yang kafir. Jika kafir, disebutlah ia jin kafir atau setan. Sudah menjadi janji Iblis bahwa ia dan keturunannya akan menggiring manusia ke dalam keburukan dan kejahatan sebagai teman mereka di neraka. Salah satu jalan untuk menggiring manusia adalah dengan sihir. Manusia mulai mendambakan segala hal dan berusaha menyalahi perintah Allah serta melakukan apa yang sudah dilarang untuk dilakukan.

Sebenarnya sihir sangat bertentangan dengan ajaran agama Islam yang melarang keras umatnya untuk percaya kepada selain Allah SWT. Namun, kebanyakan orang yang ingin mendapatkan kekayaan dengan cepat, ada yang berusaha melakukan segala cara tanpa peduli dampak yang ditimbulkan. Apalagi jika ada pengusaha yang dengan alasan tidak suka kepada pesaingnya, lalu merusak dan menghancurkan pesaingnya melalui bantuan dukun.

Berbagai santet digerakkan, sihir dengan mendatangkan orang pintar, jin pengganggu, dan sebagainya menjadi cara yang dihalalkan sendiri oleh para pelakunya karena telah buta mata dan hati. Padahal, Islam telah mengharamkan pergi ke tempat dukun, bahkan untuk sekadar menanyakan perkara-perkara ghaib, apalagi pergi ke tukang sihir untuk mengobati suatu penyakit, mengatasi suatu problem, termasuk juga memenangkan persaingan dalam bisnis.

Cara-cara semacam
itu Rasulullah saw.
katakan sebagai
salah satu dosa besar
yang bisa merusak
dan menghancurkan
pribadi seseorang serta
menurunkan derajat
pelakunya.

عَنِ النَّبِيِّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: اجْتَنِبُوا السَّبْعَ الْمُوْبِقَاتِ! قَالُوْا: يَا رَسُوْلَ اللهِ وَمَا هُنَّ؟ قَالَ: الشِّرْكُ بِاللهِ وَالسِّحْرُ وَقَتْلُ النَّفْسِ الَّتِيْ حَرَّمَ اللهُ إِلَّا بِالْحَقِّ وَأَكْلُ الرِّبَا وَأَكْلُ مَالِ الْيَتِيْمِ وَالتَّوَلِّيْ يَوْمَ الزَّحْفِ وَقَذْفُ الْمُحْصَنَاتِ الْمُؤْمِنَاتِ الْغَافِلَاتِ.

Dari Nabi saw. bersabda, "Jauhilah tujuh perkara besar yang merusak." Para sahabat bertanya, "Apakah tujuh perkara itu, ya Rasulullah?" Jawab Nabi, "1) syirik kepada Allah, 2) sihir, 3) membunuh jiwa yang oleh Allah diharamkan kecuali karena hak, 4) makan harta riba, 5) makan harta anak yatim, 6) lari dari peperangan, dan 7) menuduh zina perempuan-perempuan baik, beriman, dan terjaga."
(HR Bukhari no. 2560)

Haramnya sihir tidak hanya terbatas kepada si tukang sihirnya, tetapi juga kepada siapa saja yang memercayai si tukang sihir dan terhadap apa yang dikatakannya. Oleh karena itu, sihir termasuk ke dalam perbuatan kufur yang diharamkan oleh Allah SWT. Sebagaimana firman-Nya:

Dan mereka mengikuti apa yang dibaca oleh setan-setan pada masa kerajaan Sulaiman. Sulaiman itu tidak kafir tetapi setan-setan itulah yang kafir, mereka mengajarkan sihir kepada manusia dan apa yang diturunkan kepada dua malaikat di negeri Babilonia yaitu Harut dan Marut. Padahal keduanya tidak mengajarkan sesuatu kepada

seseorang sebelum mengatakan, "Sesungguhnya kami hanyalah cobaan (bagimu), sebab itu janganlah kafir." Maka mereka mempelajari dari keduanya (malaikat itu) apa yang (dapat) memisahkan antara seorang (suami) dengan istrinya. Mereka tidak akan dapat mencelakakan seseorang dengan sihirnya kecuali dengan izin Allah. Mereka mempelajari sesuatu yang mencelakakan, dan tidak memberi manfaat kepada mereka. Dan sungguh, mereka sudah tahu, barang siapa membeli (menggunakan sihir) itu, niscaya tidak akan mendapat keuntungan di akhirat. Dan sungguh, sangatlah buruk perbuatan mereka yang menjual dirinya dengan sihir, sekiranya mereka tahu.
(QS al-Baqarah [2]: 102)

Sihir yang diharamkan oleh Allah SWT adalah semua jenis sihir, baik sihir untuk memikat seseorang, mendapatkan jodoh, menghancurkan hubungan, melukai seseorang, mendapatkan kekayaan, maupun segala macam yang merugikan orang lain. Al-Qur'an menyebutkan perintah untuk hanya beribadah kepada Allah SWT, percaya akan segala ketentuan-Nya, dan tidak menyekutukan Allah SWT.

Meminta pertolongan kepada selain Allah SWT untuk urusan apa pun termasuk dalam hal bisnis atau usaha yang sedang dijalani adalah termasuk syirik dan dihukumi sebagai dosa besar karena telah menyekutukan Allah. Usaha yang dilakukan dengan cara semacam itu tidak akan membawa manfaat di dunia dan di akhirat. Bahkan, justru sebaliknya selain hukum haram, akan juga membawa malapetaka yang menjerumuskan pada kesesatan.

Sering kali banyak cerita yang mengisahkan tentang orang-orang yang menjalani praktik sihir ini hidup mereka justru tidak berakhir baik. Orang Jawa biasanya mengenal kata 'tumbal'. Ketika memutuskan untuk melibatkan jin, pasti orang itu akan dimintai apa saja. Uang, harta, atau kekayaan sudah lumrah diberikan, lalu bagaimana jika harus nyawa yang menjadi gantinya? Akankah jiwa-jiwa seseorang atau bahkan keluarga hanya sebatas tergantikan oleh harta yang justru akan musnah juga nantinya?

Ada yang tiba-tiba miskin setelah tak mampu menunaikan tumbal yang dijanjikan, ada juga yang hidupnya malah berantakan, bahkan ada yang sampai susah sakratulmaut. *Na'ûdzubillâh min dzâlik*. Semua itu hanya berbagai kisah yang pernah kita dengar tentang orang-orang yang terjerumus menggunakan sihir untuk memperlancar bisnis mereka. *Allâhu a'lam*, hanya Allah yang tahu tentang kehidupan seseorang.

Yang perlu kita renungkan adalah selalu memupuk keimanan kepada Allah SWT agar terhindar dari sihir. Sebab, sihir semacam itu justru akan makin menambah beban dosa, beban hidup, dan beban tak bisa tenang.

RAMUAN LIMA

APLIKASI BISNIS ALA MUHAMMAD

TAK ADA TELADAN BISNIS TERBAIK YANG DIBERIKAN ALLAH SWT UNTUK UMAT ISLAM, SELAIN MUHAMMAD SAW.

BAHKAN, PEBISNIS BARAT PUN MENGAKUINYA.

MEMBERI *BRANDING*

Branding apa yang paling membekas dalam benak pelanggan? Adalah pengusaha itu sendiri.

Zaman dulu sebuah merek susu sangat dikenal oleh seluruh kalangan di Indonesia. Melalui merek dagang yang familier dan promosi yang menyuguhkan jingle lagu yang mudah dihafal, baik oleh anak-anak maupun nenek-nenek sekalipun, seperti *'aku dan kau suka Dancow'*. Seakan jingle lagu itu sudah melekat bahwa ketika mendengarnya, pasti langsung ingat dengan merek susu itu. Iya, memang benar sebuah nama bisa dibilang turut berpengaruh untuk menarik perhatian konsumen.

Sebuah nama, istilah, lambang, simbol, ataupun hal lain dapat menjadi identitas dari sebuah produk atau jasa. Secara jelas hal itu akan menjadi pembeda yang membedakan dari produk atau jasa yang lain. Konsumen zaman sekarang lebih pandai dan lebih pemilih daripada konsumen zaman dahulu. Jika

zaman dahulu, semua merek seolah sama saja yang terpenting adalah produk yang dijual sama, alhasil mereka tidak terlalu berburu merek. Namun, saat ini, sudah banyak merek dagang dengan berbagai macam produk pilihan. Bahkan, satu produk yang sama bisa menyuguhkan banyak pilihan dari berbagai macam merek dagang yang berbeda-beda.

Tentu saja hal semacam itu termasuk dalam kemajuan industri perdagangan sekaligus pula kemajuan peningkatan persaingan pula. Sah-sah saja karena memang telah kita sadari bahwa industri perdagangan di Indonesia saat ini banyak dikuasai oleh pengusaha-pengusaha penganut ekonomi liberal yang menghalalkan adanya persaingan ketat, "siapa yang kuat dialah yang berjaya". Hal yang sangat berbeda dengan zaman Rasulullah saw. Merek dagang bukan menjadi hal yang utama, sebaliknya sangat mengandalkan penjelasan dari pedagang jujur atau pembeli yang memang benar-benar mengerti barang yang akan dibelinya. Oleh karena itulah, *branding* di zaman Rasulullah saw. lebih menekankan pada *personal branding*.

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ.... ﴿٢١﴾

Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu
(QS al-Ahzâb [33]: 21)

Dalam ayat di atas dikatakan bahwa jika ingin melihat contoh, lihatlah sosok Muhammad saw. Hal

Personal branding

letaknya

dalam diri sendiri

serta dapat

diusahakan dengan

niat dan *usaha.*

ini menandakan bahwa *personal branding* telah dikenal dalam Islam, yaitu melalui Muhammad saw. Sekali lagi saya tekankan bahwa *personal branding* menekankan keahlian dan kelihaian pedagang dalam melakukan perdagangannya.

Kita tahu bahwa Muhammad saw. adalah seorang pedagang hebat yang sangat menekankan *spiritual marketing* saat menjalankan usahanya. Jadi, kita akan belajar bagaimana membentuk dan memberi *personal branding* pada diri seorang pengusaha.

Musuh-musuh Muhammad saw. kala itu sedang berkumpul dan mencari cara untuk menghancurkan nama baik Muhammad saw. lewat kata-kata yang menjelek-jelekkan (fitnah).

Usulan pertama, mereka berencana menyebar isu bahwa Muhammad saw. adalah pembohong. Hal itu menimbulkan keraguan karena sejak kecil Muhammad saw. telah dikenal tidak pernah berbohong sampai diberi gelar *al-amin* (dapat dipercaya).

Usulan kedua, menyebar isu bahwa Muhammad saw. seorang penyihir. Usulan tersebut ditentang lagi karena Muhammad saw. tidak pernah meniup buhul-buhul, sebagaimana yang dilakukan para penyihir pada waktu itu.

Usulan ketiga, akhirnya disepakati bahwa mereka akan menyebar isu bahwa Muhammad saw. adalah orang gila. Namun, ternyata isu itu tidak bertahan lama karena memang tidak terbukti. Masyarakat tidak akan selamanya bisa dibodohi. Betapa kuatnya

brand Muhammad saw. di mata masyarakat sehingga tidak seorang pun bisa mengubah kekuatan *branding* Muhammad saw.

Pada usianya yang menginjak 25 tahun, Muhammad saw. muda telah banyak melakukan perjalanan dagang dengan bermodalkan kepercayaan, sikap jujur, dan integritasnya.

Jelas bahwa Muhammad saw. telah mencetak *personal branding* yang kuat sebagai pengusaha yang profesional dan jujur. Selain orang-orang yang menginvestasikan harta mereka, banyak juga orang-orang yang mempunyai uang lebih, kemudian menitipkannya kepada Muhammad saw. dan diambil lagi ketika pemilik uang tersebut membutuhkannya. Itulah *branding* yang melekat pada diri Muhammad saw. Ketika menjalankan sebuah bisnis, menciptakan *brand* diri adalah yang terpenting.

Merek dagang memang penting agar dikenal oleh banyak konsumen sehingga banyak dari mereka yang setia menggunakan merek dagang kita. Akan tetapi, yang lebih penting dari itu semua adalah menciptakan *personal branding*. Meskipun menggunakan *brand* atau nama merek dagang yang bagus, mudah dihafal, dan dikenal banyak konsumen jika pengusaha yang menjalankan usaha itu seorang yang memiliki *personal branding* yang kurang baik, misalnya seorang yang suka menipu, tidak bisa dipercaya, menginginkan keuntungan yang berlipat-lipat, dan suka korupsi, apakah usaha dengan memiliki merek dagang yang terkenal itu dapat bertahan lama?

Tentu saja tidak karena kepercayaan konsumen tidak bisa dibeli. Barangkali Anda mengetahui beberapa nama merek dagang atau mungkin nama perusahaan entah yang bergerak di bidang barang atau jasa, yang tidak bertahan lama. Sudah didesain dengan begitu rapi dan memiliki nama yang bagus, tetapi sayang pengusaha atau karyawan-karyawannya kurang memiliki *personal branding* yang baik sehingga banyak konsumen yang kurang bisa memercayainya.

Sebaliknya, sekalipun sebuah toko atau warung yang berada di pelosok akan tetap dikunjungi para konsumennya karena sangat terkesan dengan pemiliknya. Biasanya konsumen yang seperti itu dikarenakan mereka sangat memercayai, merasa nyaman, dan terpuaskan.



Saya teringat akan pengalaman suami saat mereparasikan alat elektroniknya di salah satu toko. Ia bercerita bahwa saat itu ia masih kuliah dan benar-benar tidak tahu bagaimana memperbaiki sound yang rusak. Benar saja, dikarenakan masih mahasiswa itulah ia dan temannya dianggap gampang dibodohi serta gampang ditipu. Sound itu sejatinya tidak rusak parah. Sebab, ternyata hanya kabel penghubung yang terpasang di dalamnya yang terputus dan butuh disambungkan dengan cara disolder atau mungkin harus mengganti kabel.

Anehnya, tukang reparasi itu menjelaskan bahwa ada komponen penting yang harus diganti. Ia juga menyebutkan

nominal biaya alat dan jasa reparasi yang telah selesai dilakukan, bukan harga yang murah. Sontak mereka berdua kaget karena mereka tahu betul bahwa kabelnya yang putus dan butuh disolder atau diganti kabel. Ketika diminta bukti komponen yang rusak itu sebagai bukti ke orang tua, tukang reparasi itu malah terlihat kebingungan dan memberikan komponen yang tidak semestinya.

"Lho Mas, *sound* saya ini masih baru, masa iya komponennya sudah jelek begini."

Benar saja, tukang reparasi itu bertambah bingung menjawab. Dengan nada terbata-bata ia berdalih akan mengambilkan komponen itu di rumah. Mereka pun ditinggal berdua di toko. Teman suami saya menaruh curiga. Ia pun mengedipkan mata bermaksud untuk kabur saja dari toko dan tak usah menunggu. Akhirnya, mereka nekat keluar dari toko dengan membawa *sound* yang sudah diperbaiki tersebut yang belum dibayar biaya reparasinya. "Ah, nanti orangnya pasti SMS."

Sesampai di kos, tukang reparasi itu benar-benar SMS, "Mas, *sampeyan* di mana sekarang?"

"Aku pulang Mas, aku yakin kalau *sound*-ku ini *nggak* perlu ganti komponen, kok malah Mas *tunjukin* bukti komponen lama yang jelek, padahal *sound* ini baru. Aku *nggak* mungkin *nggak* bayar, Mas. Berapa aku harus bayar biaya solder kabel itu?"

Membaca balasan SMS itu, tukang reparasi itu tidak berani menjawab balik atau SMS lagi. Barangkali ia malu karena taktik curangnya ketahuan oleh pelanggan.

Saya rasa tidak hanya pengusaha yang berhubungan dengan elektronik yang sering bertaktik curang, memanfaatkan ketidaktahuan pelanggan. Masih banyak cerita lain yang ternyata pelanggannya memergoki bahwa pemiliknya sedang bermain curang. Ya ... di antaranya memang di bidang elektronik karena banyak yang awam dengan dunia ini jika tidak mengerti betul.

Cerita di atas termasuk *branding* yang dapat dikatakan buruk. Sekarang saya bertanya, apakah pelanggan yang mengetahui ia sedang dicurangi, dibohongi, atau ditipu akan kembali lagi? Sudah pasti ia tidak akan pernah dan tidak akan sudi lagi menginjakkan kaki di tempat yang tidak jujur dan tidak bisa dipercaya itu. Inilah kekuatan *personal branding*. Jika sebuah usaha sudah dicap jelek, dengan *branding* yang buruk, sudah pasti semua pelanggan akan kabur dan beralih ke tempat yang dapat dipercaya.

Sang al-Amin, Nabi Muhammad saw. adalah contoh *personal branding* yang dapat ditiru. Untuk memperoleh kepercayaan dari pelanggan atau konsumen, *branding* yang baik—jujur, amanah, menghargai, dan segala aspek dalam spiritual marketing—itu haruslah melekat pada diri seorang pengusaha. Itulah inti dari *branding* yang lebih super dibanding sebuah merek dagang meskipun sering dilupakan banyak pengusaha.

MENYIAPKAN BISNIS MELALUI SEGMENTASI ALA MUHAMMAD

Telah banyak nabi terdahulu yang berprofesi serupa yang bisa dipelajari dari kesemuanya, yaitu berdagang. Termasuk sang teladan hebat, Muhammad saw.

Menjalankan sebuah bisnis tidak bisa hanya dilakukan dengan asal-asalan, tetapi harus membutuhkan perencanaan dan tujuan yang jelas. Tidak hanya sekadar memutuskan 'barang apa yang hendak dijual', tetapi juga mengetahui sasaran yang akan dibidik, target pasar.

Perjalanan bisnis tidak seperti artis muda yang sedang 'naik daun' saat masa kejayaannya atau sangat populer dan terkenal di kalangan masyarakat Indonesia. Namun, setelah dirinya tak bersinar lagi namanya seakan tak terdengar lagi, tenggelam bak ditelan bumi. Bisnis yang kita harapkan tentulah bisnis yang memiliki kekuatan dan mampu bertahan lama karena dipercaya oleh pelanggan kita. Untuk membentuk itu memang diperlukan cara-cara untuk menghasilkan sistem bisnis yang mumpuni. Kita akan belajar dari

seorang Muhammad saw. tentang bagaimana beliau melakukan segmentasi.

Segmentasi adalah cara membagi pasar berdasarkan variabel-variabel tertentu, seperti geografi, demografi, psikologi, perilaku, dan pada akhirnya ke variabel terkecil, yaitu individu.

Segmentasi secara berkesinambungan menjadi hal yang sangat penting bagi sebuah perusahaan untuk dapat terus memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar yang selalu berubah-ubah. Kesalahan pemilihan tempat untuk meluncurkan suatu produk atau untuk membuka usaha sering kali menjadi kendala perusahaan dalam meraih sebuah kesuksesan yang diinginkan.

Saat ini pemikiran masyarakat makin berkembang sehingga mereka makin pintar dalam memilih suatu produk. Oleh karena itu, sebuah perusahaan tidak cukup hanya dengan melakukan proses segmentasi, tetapi lebih ke identifikasi pasar. Dengan melakukan identifikasi pasar, diharapkan sebuah perusahaan akan mampu melakukan pemahaman yang lebih mendalam pada masing-masing pelanggan yang dimiliki.

Salah satu alasan dari kegagalan sebuah perusahaan dalam persaingan global adalah kurangnya ketepatan mereka dalam melakukan proses segmentasi. Sebelum memulai usaha perdagangannya, Muhammad saw. telah melakukan beberapa perlawatan ke Bahrain di bagian timur Semenanjung Arabia. Ini ditegaskan oleh sebuah *Musnad Ahmad*.

Segmentasi adalah kegiatan yang tidak mempunyai batasan. Makin kreatif kita melihat pasar, akan kita sadari bahwa masih banyak segmen yang belum tersentuh. Kreativitas menjadi kunci dalam melihat pasar dari sisi yang tidak terbayangkan sebelumnya oleh pesaing.

Ketika ratusan utusan datang kepada Muhammad saw. setelah kemenangan Kota Makkah, seorang di antaranya yang bernama Abdul Qais datang menemui Muhammad saw.

Muhammad saw. meminta agar mereka memanggil dan memberitahukan pemimpin mereka, yaitu al-Ashajj. Ketika menghadap, Muhammad saw. pun mengajukan bermacam-macam pertanyaan tentang penduduk berbagai kota dan urusan-urusan mereka. Secara khusus, Muhammad juga menyebutkan nama-nama Sofa, Mushaqqar, Hijar, dan beberapa kota lainnya.

Pemimpin mereka, al-Ashajj, sangat terkesan dengan pengetahuan luas yang dimiliki Muhammad saw. tentang negerinya sehingga ia berkata, "Ayah dan ibuku akan berkorban demi Anda karena Anda tahu banyak tentang negeriku dibanding aku sendiri dan mengetahui nama-nama lebih banyak kota di negeri kami daripada yang kami ketahui."

Muhammad saw. berkata, *"Saya memiliki banyak kesempatan untuk melakukan perjalanan di negeri Anda dan di sana saya menemukan keramahtamahan yang sangat besar terhadap saya."*

Pengetahuan yang rinci tentang kebiasaan setempat, cara hidup penduduk Bahrain, serta cara makan dan minum menunjukkan bahwa Muhammad saw. telah berkali-kali mengunjungi Bahrain untuk perjalanan bisnis ke Pasar Mushaqqar. Sebagaimana dikatakan oleh pemimpin para utusan al-Ashajj, "Anda (Muhammad) mengenal lebih banyak kota-kota dan

penduduknya daripada saya." Jelaslah bahwa seorang Muhammad saw. telah melakukan segmentasi pasar guna mendukung perdagangan yang dilakukan.

Berangkat dari pengetahuan yang cermat dan teliti, Muhammad saw. dapat menjual barang dagangannya dengan baik dan mampu meraih keuntungan yang lebih banyak daripada pedagang lain. Muhammad saw. telah dapat melihat segmen pasar dengan cara yang kreatif dan dari berbagai sudut pandang yang berbeda dibandingkan dengan para pedagang lain pada masa itu.

Meskipun demikian, yang perlu diperhatikan dalam hal ini bahwa sebelum Muhammad saw. melakukan segmentasi, beliau terlebih dahulu melakukan pengenalan pasar sehingga mendapatkan detail konsumen yang diperlukan untuk melakukan proses segmentasi.

Dengan pengenalan yang mendalam, memungkinkan Muhammad saw. untuk mengetahui bagaimana pola pendekatan yang harus dilakukan. Pada akhirnya Muhammad saw. dapat memasuki semua segmen yang ada, yang terdiri atas berbagai tingkatan usia, status sosial, dan kebiasaan.

Pola pikir seperti ini jelas merupakan hal yang sama sekali belum pernah terpikirkan oleh para pengusaha mana pun pada saat itu. Muhammad sangat menyadari bahwa dengan melakukan pengenalan terlebih dahulu, beliau tidak hanya akan dapat menjual, tetapi juga akan dapat mendekatkan diri dengan konsumen. Kedekatan inilah yang me-

mungkinkannya untuk menggali hal-hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sebelum sebuah produk, usaha atau jasa diluncurkan ke masyarakat, pemilihan target setelah segmentasi adalah sebuah keharusan. Sebuah produk atau jasa tidak dapat memasuki semua segmen di masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan sebuah proses *targeting*.

Kejelian pemilihan target pasar yang tepat akan mempermudah masuknya sebuah produk baru. Apalagi dengan kondisi bahwa produk baru tersebut belum mempunyai pesaing.

KETIKA MUHAMMAD SAW. MEMASARKAN

Ketika Anda memutuskan diri untuk menjalankan perdagangan, baik di bidang barang maupun jasa, bagian yang terpenting untuk menarik minat konsumen Anda adalah pemasaran.

Dalam sebuah bisnis, pemasaran sangatlah berperan penting. Baik dalam memasarkan barang maupun jasa haruslah menggunakan teknik yang tepat dalam memasarkan. Mengapa peran memasarkan menjadi sangat penting? Pada intinya berbisnis sangat mengandalkan kepercayaan dari konsumen atau pelanggan.

Suatu hari seorang *customer* mengunjungi sebuah restoran. Saat pertama kali datang ke restoran tersebut ia merasa sangat nyaman terhadap beberapa aspek di restoran tersebut sehingga ia berencana untuk datang kembali.

Itulah salah satu gambaran dari pentingnya teknik memasarkan dalam bisnis sehingga menimbulkan kepercayaan dalam diri *customer*. Dalam memasarkan,

Nabi Muhammad saw. sudah memikirkan beberapa hal yang sangat berperan. Berikut aspek-aspek yang penting dalam pemasaran.

1. Produk

Produk mencakup beberapa nilai, di antaranya adalah kegunaan produk, kualitas produk, ketersediaan produk, dan harga produk itu sendiri. Dalam memasarkan, Muhammad selalu menjelaskan dengan baik kepada semua pembelinya akan kelebihan dan kekurangan produk yang ia jual.

الْبَيِّعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَا بُوْرِكَ لَهُمَا فِيْ بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا.

"Dua orang yang melakukan jual beli boleh melakukan khiyar (pilihan untuk melangsungkan atau membatalkan jual beli) selama keduanya belum berpisah." Atau sabda beliau, "Hingga keduanya berpisah. Jika keduanya jujur dan menampakkan cacat dagangannya maka keduanya diberkahi dalam jual belinya dan jika menyembunyikan cacat dan berdusta maka akan dimusnahkan keberkahan jual belinya."
(HR Bukhari no. 1937)

Kejujuran memang memegang peranan utama dalam perniagaan Muhammad saw. Kejujuran adalah cara yang paling murah walau dirasakan sangat sulit dan telah menjadi sangat langka di era ini. Dengan

selalu jujur pada konsumen mengenai baik buruknya atau kekurangan dan kelebihan suatu produk, akan membuat konsumen percaya.

Selain menjelaskan keunggulan dan kekurangan dari suatu produk, yang tidak kalah penting adalah menetapkan harga. Kita sadari bahwa harga yang sangat berbeda dari satu pedagang dengan pedagang lain sering kali menimbulkan persaingan ketat di antara pedagang, sekalipun hanya berbeda sedikit rupiah saja. Itulah mengapa sering kali kita menjumpai ibu-ibu yang hanya berkeliling toko menanyakan harga atau bahkan rela membeli di tempat yang jauh karena terpaut harga yang lumayan.

Dalam menentukan harga yang harus diperhatikan adalah melihat biaya produksi atau biaya kulak jika barang yang dijual tersebut dibeli dari pihak lain untuk dijual kembali. Dengan memperhatikan harga pasar yang umumnya beredar, harga yang ditetapkan tidak boleh lebih tinggi daripada harga yang ditawarkan oleh pesaing atau lebih rendah daripada biaya yang dikeluarkan.

Nabi saw. tidak pernah mengambil keuntungan yang berlebihan dari setiap konsumen yang beliau layani. Bahkan, beliau menetapkan cara yang berbeda sesuai dengan karakter konsumen. *Customer* yang senang menawar, beliau jarang mematok harga dan harga ditentukan sesuai dengan kesepakatan yang didapat. Ketika menghadapi pembeli yang memang tidak senang menawar, beliau mematok harga yang sesuai dan cenderung terjangkau oleh pembeli. Ketika

ada pembeli yang membutuhkan satu barang yang sama (dalam waktu bersamaan), beliau cenderung melelang barang tersebut dengan tidak mencari untung yang berlebihan, tetapi cukup.

2. *Place* (Distribusi)

Pada masa Muhammad saw., telah ada kecenderungan orang-orang untuk memotong jalur distribusi. Hal ini tidak luput dari perhatiannya. Muhammad saw. melarang mencegat pedagang sebelum tiba di pasar dan melarang orang kota membeli dagangan orang desa. Inti dari pelarangan tersebut adalah untuk menghindari adanya tengkulak (perantara).

Pemotongan jalur distribusi yang resmi dapat merugikan beberapa pihak. Misalnya, kita pergi ke pasar induk, lalu membeli sayuran langsung kepada petani yang baru datang dengan dagangannya. Jadi, kita memotong jalur distribusi petani. Hal ini jelas merugikan pedagang kios yang seharusnya menjadi pembeli hasil petani. Kita memang mendapatkan barang yang kita inginkan dengan harga yang murah, tetapi yang kita lakukan telah merugikan orang lain. Ini yang ingin dihindarkan oleh Nabi saw.

Hal lain yang menjadi perhatian adalah adanya orang lain yang menjadi perantara perniagaan dengan maksud mendapatkan keuntungan dari transaksi dengan cara tidak baik. Menurut Nabi saw., sebuah transaksi yang baik adalah transaksi yang di dalamnya tidak ada pihak yang dirugikan dan saling menguntungkan.

Dalam memasarkan
suatu produk,
hal yang perlu
mendapat perhatian
adalah kejujuran
dalam menjelaskan
produk dan
penentuan harga
yang sesuai serta
tidak merugikan
konsumen.

لَا يَبِعْ حَاضِرٌ لِبَادٍ دَعُوا النَّاسَ يَرْزُقُ اللهُ بَعْضَهُمْ مِنْ بَعْضٍ.

Janganlah orang kota memborong barang dagangan orang dusun, biarkanlah Allah memberikan rezeki kepada sebagian mereka dari sebagian yang lain.
(HR Muslim no. 2799)

Perantara yang dimaksud adalah tengkulak atau calo. Cara kerja orang yang menjadi perantara di sini adalah dengan membeli buah-buahan, sayuran, atau hasil bumi yang lain pada saat belum matang atau dalam bahasa Nabi saw., belum sempurna. Dengan membeli barang yang belum matang tersebut, para tengkulak mendapatkan harga yang murah dan pada saat menjual, mereka menjual kembali dengan harga yang tinggi.

Hal yang ingin ditekankan oleh Nabi saw. saat itu adalah sebuah proses distribusi haruslah sesuai dengan peraturan yang telah disepakati bersama dan tidak ada pihak yang dirugikan, baik dari pihak produsen, distributor, agen, penjual eceran, maupun konsumen.

3. Promosi

Dalam menjual Nabi saw. tidak pernah melebih-lebihkan produk dengan maksud untuk memikat pembeli. Nabi saw. dengan tegas menyatakan bahwa seorang penjual harus menjauhkan diri dari sumpah-sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Nabi saw. pun tidak pernah melakukan sumpah

untuk melariskan dagangannya. Kalaupun ada yang bersumpah, Nabi saw. menyarankan untuk tidak melakukan sumpah tersebut secara berlebihan, apalagi sebuah sumpah palsu.

الْيَمِيْنُ الْكَاذِبَةُ مَنْفَقَةٌ لِلسِّلْعَةِ مَمْحَقَةٌ لِلْكَسْبِ.

Sumpah palsu dapat melariskan barang dagangan, tetapi dapat melenyapkan pencaharian.
(HR Ahmad no. 6909)

Sumpah yang berlebihan dalam melakukan promosi telah sejak dahulu dianjurkan untuk dijauhi. Mengapa? Sebab, sumpah yang berlebihan, yang dilakukan hanya untuk mendapatkan penjualan yang lebih, tidak akan menumbuhkan kepercayaan dari pelanggan.

Barangkali pada saat kita melakukan sumpah yang berlebihan, kita mendapatkan penjualan di atas rata-rata. Namun, saat konsumen menyadari bahwa sumpah yang kita ucapkan hanya sebuah kebohongan, konsumen tersebut tidak akan membeli lagi dari kita. Bukan itu saja, dengan senang hati ia akan memberi tahu siapa pun untuk tidak membeli barang yang kita jual.

Hadits tersebut membuktikan bahwa Nabi saw. telah melihat jauh ke depan. Sebuah sumpah yang berlebihan akan mengancam kelangsungan usaha sang pedagang itu sendiri. Selain sumpah yang dilakukan secara berlebihan, ada pula sumpah yang memang sengaja diucapkan demi kepalsuan belaka.

Misalnya, seorang pedagang berkata, "Demi Allah, saya tidak berbohong, semua barang yang saya jual kualitasnya bagus." Hal ini dilakukan untuk menarik pelanggan dan untuk meyakinkan mereka agar mau membeli. Padahal, pada kenyataannya barang yang diperjualbelikan tidaklah sama dengan apa yang diucapkan kepada pelanggannya.

Pernyataan seperti itu termasuk pembohongan yang tercela. Jika sumpah saja sudah dilarang, apalagi ditambah dengan dosa kebohongan. Sejatinya sumpah yang dilakukan untuk menarik pelanggan atau melariskan barang dagangannya merupakan suatu kerugian besar yang justru tidak menguntungkan, bahkan sangat merugikan. Barangkali pada awalnya si pembeli percaya, tetapi lambat laun ia akan mengetahui bahwa apa yang Anda bicarakan adalah suatu tipuan. Meskipun Anda telah bersumpah dengan menyebut nama Tuhan, pasti si pembeli tidak akan memercayai Anda, bahkan tidak mau datang lagi kepada Anda.

Dalam kebahagiaan dan kenyamanan menjalankan bisnis itulah serta-merta Allah akan mendatangkan keuntungan untuk kita. Ingatlah bahwa rezeki Allah SWT terkadang datang dari arah yang tidak disangka-sangka, selagi kita masih mengutamakan kebaikan dalam berdagang.

Kepercayaan datang
dari kejujuran yang
kita lakukan karena
itulah kebahagiaan
yang abadi dalam
sebuah perdagangan.

MELIBATKAN PRIBADI DALAM MELAYANI

Teknik yang sering dilupakan dan itu sangat berpengaruh dalam perjalanan sebuah bisnis adalah melibatkan pribadi.

Inti dari marketing adalah pelayanan sebab marketing sangat sarat akan interaksi dengan *'the other'*, baik mitra bisnis maupun konsumen. Pelayanan yang ramah tentu menjadi peluang besar terwujudnya marketing yang sukses. Itulah mengapa dalam berbisnis diperlukan etika.

Etika dalam bisnis, yang sering dianalogikan sebagai moral berbisnis adalah hal yang utama untuk seorang Muhammad saw. Beliau tidak sekadar menjual produk demi mengeruk keuntungan secara finansial, tetapi lebih pada kenyamanan bertransaksi dan pelayanan yang diberikan saat bertransaksi.

Nabi Muhammad saw. memegang teguh prinsip-prinsip berdagang sehingga keuntungan dan keberkahan melimpah ruah. Akankah Anda mengikuti teladan beliau?

Ada sebuah kisah yang mengatakan bahwa Nabi saw. telah melakukan transaksi dagang dengan menawarkan sebuah kain pelana dan sebuah bejana tempat minum.

إِنَّ رَسُوْلَ اللهِ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ بَاعَ حِلْسًا وَقَدَحًا وَقَالَ: مَنْ يَشْتَرِيْ هٰذَا الْحِلْسَ وَالْقَدَحَ؟ فَقَالَ: رَجُلٌ أَخَذْتُهُمَا بِدِرْهَمٍ، فَقَالَ النَّبِيُّ صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ: مَنْ يَزِيْدُ عَلَى دِرْهَمٍ مَنْ يَزِيْدُ عَلَى دِرْهَمٍ فَأَعْطَاهُ رَجُلٌ دِرْهَمَيْنِ فَبَاعَهُمَا مِنْهُ.

Sesungguhnya Rasulullah saw. pernah menjual alas pelana dan gelas, lalu beliau menawarkan, "Siapa yang akan membeli alas pelana dan gelas ini?" Seseorang berkata, "Saya akan membelinya seharga satu dirham." Nabi saw. menawarkan lagi, "Siapa yang mau membelinya lebih dari satu dirham?" Lalu, seorang laki-laki memberinya dua dirham, beliau pun menjual kepadanya.
(HR Turmudzi no. 1139)

Nilai yang dapat diambil dari kisah tersebut adalah Muhammad saw. selalu memberikan kemudahan dalam bertransaksi. Walaupun saat itu Muhammad saw. berada dalam posisi sebagai pematok harga, beliau tidak seenaknya menaikkan harga jual dari suatu barang. Dalam menjual, beliau berpegang teguh pada prinsip-prinsip berdagang yang beliau miliki sehingga pada akhirnya dapat membawa keuntungan yang berlipat ganda, sekaligus berlimpah kebaikan.

Adapun prinsip-prinsip itu dapat dijadikan teladan dalam menjalankan bisnis, terutama dalam melayani pelanggan ataupun mitra bisnis.

1. Stop Tipu-Tipu

Pedagang tidak boleh mempraktikkan kebohongan dan penipuan mengenai barang-barang yang dijual kepada pembeli. Penipuan yang dimaksud di sini berkenaan dengan hal-hal, seperti pengurangan timbangan, menukar barang yang hendak dibeli, dan sumpah palsu. Anjuran ini juga berlaku pada kegiatan promosi.

2. Buang Jauh Sumpah

Pedagang harus menjauhkan diri dari sumpah yang berlebihan dalam menjual suatu barang. Dalam mengiklankan produk atau jasa tidak dibenarkan untuk melakukan pembodohan dengan cara berdusta. Sebaik apa pun cara yang dipakai, sehalus apa pun bahasa yang digunakan, sumpah yang berlebihan tetap tidak akan membawa kebaikan dalam berdagang.

3. Hargai Kesepakatan

Hanya dengan sebuah kesepakatan bersama atau dengan suatu usulan dan penerimaan, suatu penjualan akan sempurna. Nabi saw. sangat menghargai hak-hak individu dalam berdagang, baik dari pihak pedagang maupun pembeli. Dalam prinsip perdagangan yang digunakan beliau, tidak ada satu pihak pun yang mempunyai keistimewaan yang lebih dari pihak yang lain. Kadang dalam transaksi jual beli ada satu pihak

yang merasa dirugikan atau melakukan transaksi dengan sebuah keterpaksaan. Kesepakatan yang terjalin pun hanya ada pada satu pihak.

Ketidaksempurnaan itu terjadi karena kedua pihak tidak ada yang mau mengalah. Mengapa? Sebab, tidak adanya saling bermurah hati. Sikap murah hati ini tidak hanya berlaku untuk pengusaha, tetapi juga untuk *customer*. Apabila telah terbentuk paradigma bermurah hati, kesempurnaan dalam transaksi pun akan menjadi nyata dan pada akhirnya tidak akan ada keluh kesah yang menjadi buntut dari jalannya sebuah transaksi.

4. Tegas terhadap Timbangan

Penjual harus tegas terhadap timbangan dan takaran. Telah disinggung pada bab sebelumnya terkait bentuk riba yang dilarang oleh Allah SWT, yaitu menimbun barang. Jadi, seorang pengusaha yang sengaja mengurangi timbangan, juga termasuk perkara yang dilarang oleh Allah SWT. Melibatkan pribadi tegas dalam perkara-perkara yang dilarang sangat dianjurkan agar bisnis yang dijalani senantiasa diberkahi dan dilancarkan oleh Allah SWT.

5. Hindari Monopoli Dagang

Nabi saw. dengan tegas melarang adanya monopoli dagang. Monopoli dalam hal ini berkenaan dengan penahanan barang komoditi oleh pihak-pihak tertentu yang ingin meraup keuntungan di saat barang tidak tersedia di pasar sehingga mereka dapat menjual sesuai dengan harga yang diinginkan.

مَنِ احْتَكَرَ عَلَى الْمُسْلِمِيْنَ طَعَامًا ضَرَبَهُ اللهُ بِالْجُذَامِ وَالْإِفْلَاسِ.

Barang siapa menimbun makanan atas kaum muslimin maka Allah akan menghukumnya dengan penyakit dan kerugian.
(HR Ibnu Majah no. 2146)

6. Harga Normal

Dalam subbab menjual produk berkualitas telah sedikit banyak dijelaskan bahwa harga yang dipatok oleh penjual adalah salah satu penyebab kualitas produk itu sendiri. Dalam dunia perdagangan di Indonesia sering kali sudah ada harga patokan atau yang yang lebih dikenal dengan harga pasar. Harga pasar ini berfungsi untuk mengendalikan harga-harga di pasaran. Jadi, pengusaha bisa membandingkannya dengan harga pasar untuk kemudian disesuaikan dengan karakteristik pasar masing-masing.

Keenam poin di atas secara jelas mengatur tata cara berdagang yang baik. Begitu mulianya seorang Muhammad saw. dalam menjalankan sebuah bisnis. Sekalipun beliau tidak pernah melukai hati pelanggannya dan justru sangat menghargai. Dalam satu hadits dijelaskan bahwa jual beli harus dilakukan atas dasar kesepakatan bersama dan bukan pemaksaan kehendak, baik dari penjual maupun pembeli.

الْبَيِّعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا أَوْ قَالَ حَتَّى يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَا بُوْرِكَ لَهُمَا فِيْ بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَتَمَا وَكَذَبَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا.

Dua orang yang melakukan jual beli boleh melakukan khiyar (pilihan untuk melangsungkan atau membatalkan jual beli) selama keduanya belum berpisah. Atau sabda beliau, "Hingga keduanya berpisah. Jika keduanya jujur dan menampakkan dagangannya maka keduanya diberkahi dalam jual belinya dan jika menyembunyikan dan berdusta maka akan dimusnahkan keberkahan jual belinya."
(HR Bukhari no. 1937)

Jika telah terjadi kesepakatan antara penjual dan pembeli terkait apa yang akan dibelinya, Nabi saw. menganjurkan untuk jual beli dengan cara yang santun dan syar'i. Sebaliknya, jika tidak terjadi kesepakatan atau ada salah satu pihak yang tidak bersepakat, jual beli itu sebaiknya tidak diteruskan. Itulah ajaran Rasulullah saw. yang hebat terkait dengan transaksi dan interaksi saat jual beli terjadi. Dijelaskan pula oleh beliau tentang salah satu kriteria pedagang yang baik dan akan dimasukkan ke surga-Nya kelak.

أَدْخَلَ اللهُ عَزَّ وَجَلَّ الْجَنَّةَ رَجُلًا كَانَ سَهْلًا مُشْتَرِيًا وَبَائِعًا وَقَاضِيًا وَمُقْتَضِيًا.

Allah akan memasukkan seseorang ke dalam surga lantaran dia berlaku mudah saat membeli dan menjual serta saat berutang dan menagih utang.
(HR Ahmad no. 387)

Melibatkan pribadi dalam melayani merupakan teknik yang terkadang dilupakan oleh sebagian pengusaha. Padahal, perannya sangat penting untuk menimbulkan kesan positif. Ketika kesan positif yang tertanam, usaha akan berjalan dengan mudah dan mendapatkan kepercayaan dari relasi, pelanggan, dan juga orang lain yang turut membantu jalannya usaha.

Membentuk pribadi harus didasarkan pada niat dan pelaksanaan yang baik. Semoga Anda berhasil dalam melibatkan diri Anda.

MARKETING HEBAT ALA RASULULLAH ﷺ

---------- EPILOG ----------

BERDAGANGLAH SEPERTI MUHAMMAD SAW.!

Seiring dengan makin banyaknya konsep ekonomi Islam yang bermunculan, aspek terhadap bisnis Muhammad saw. tak luput dari perhatian, baik dari kalangan muslim sendiri maupun pebisnis-pebisnis nonmuslim. Selain membangun kerangka teori ekonomi Islam dan berbagai aspeknya, juga dicari tokoh yang dapat dijadikan teladan dalam pengelolaan sumber-sumber ekonomi. Hal ini dikarenakan untuk memberikan contoh konkret sekaligus sebagai pompa penyemangat seorang pengusaha dalam menjalankan bisnisnya.

Muhammad saw. adalah figur yang tepat, yang dapat dijadikan teladan dalam bisnis dan perilaku ekonomi yang baik. Beliau tidak hanya memberikan tuntunan dan pengarahan tentang bagaimana kegiatan ekonomi dilaksanakan, tetapi juga mempunyai pengalaman tersendiri sebagai pengelola bisnis. Sejak usia muda beliau telah akrab dengan dunia perniagaan hingga usia dewasa, bahkan ketika telah diangkat menjadi Rasulullah, beliau tetap mencirikan seorang pengusaha hebat.

Berbeda dari kebanyakan pengusaha yang selalu identik dengan kekayaan, harta berlimpah, dan emas yang menggunung-gunung, Muhammad saw. mempunyai keunikan tersendiri mengenai kekayaan. Pada kondisi-kondisi tertentu beliau menjadi 'orang kaya' dan pada kondisi-kondisi yang lain menjadi 'orang miskin'. Pada saat-saat tertentu beliau juga berada pada posisi antara keduanya. Hal ini tidak terlepas dari figur

beliau sebagai uswatun hasanah (sang teladan yang baik) bagi semua lapisan masyarakat.

Nabi saw. pernah menjadi orang kaya agar orang-orang kaya di antara umatnya dapat mencontoh diri Nabi saw. dalam berinteraksi dengan harta. Misalnya, bagaimana memperoleh harta yang baik, mensyukuri kekayaan, dan membelanjakannya di jalan yang benar. Sebaliknya, beliau juga pernah menjadi orang miskin agar dapat menjadi contoh yang baik bagi orang-orang yang kekurangan. Misalnya, bagaimana cara bersabar, menjaga kehormatan dalam kemiskinan, dan bagaimana keluar dari jeratan kemiskinan dengan cara yang baik pula. Begitu pula, ketika beliau berada pada posisi antara kaya dan miskin.

Nabi saw. memiliki kekayaan yang cukup besar ketika beliau akan menikahi Khadijah. Dalam suatu sumber disebutkan bahwa Muhammad saw. menyerahkan 20 ekor unta muda sebagai mahar ditambah dengan 12 ons emas. Suatu jumlah yang sangat besar apabila dikonversi ke mata uang kita sekarang. Kekayaan Muhammad saw. tentu makin bertambah setelah menikah dengan Khadijah karena harta yang digabungkan dan terus dikembangkan melalui perdagangan.

Melalui harta-harta itu Nabi saw. banyak menyantuni fakir miskin dan anak yatim serta dipergunakan untuk urusan sosial lain. Apalagi setelah menjadi seorang rasul, beliau lebih sibuk berdakwah daripada mengurusi perdagangan. Hal itu beliau lakukan karena

ingin lebih banyak menyampaikan syiar kebaikan, termasuk dalam hal perdagangan.

Rasulullah saw. merupakan seorang pelaku bisnis yang sangat berhasil di zamannya. Ada dua prinsip utama yang patut kita contoh dari perjalanan bisnis beliau.

Pertama, ternyata uang bukanlah modal utama dalam berbisnis. Modal utama dalam usaha adalah membangun kepercayaan dan dapat dipercaya. Sebagaimana telah disebutkan sebelumnya, *"Money is not number one capital in business, the number one capital is trust."* Uang tidaklah menjadi kepentingan nomor satu dalam bisnis, yang terpenting adalah kepercayaan. Jika banyak orang yang telah percaya, untuk menjalani bisnis tersebut akan terasa lebih nyaman dan mudah.

Kedua, kompetensi dan kemampuan teknis yang terkait dengan usaha. Beliau mengetahui seluk-beluk aktivitas perdagangan dan perekonomian, mengetahui untungnya perdagangan, dan bahayanya riba sehingga beliau menganjurkan jual beli dengan cara yang baik dan sangat melarang sistem riba. Selain itu, beliau juga sangat mengenal dengan baik pasar-pasar dan tempat-tempat perdagangan di Jazirah Arab. Ini membuktikan bahwa dalam menjalankan bisnisnya beliau adalah seorang yang giat, kreatif, dan melakukan persiapan sebaik-baiknya dengan berbagai pengetahuan.

Muhammad saw. adalah seorang yang berhasil dalam bisnisnya tanpa menggunakan cara-cara yang kurang baik. Beliau meyakini bahwa kesuksesan bisnis yang berkelanjutan hanya dapat dicapai dengan cara-

cara yang sehat. Beliau melarang menyembunyikan kecacatan barang yang diperdagangkan, melakukan tipuan demi keuntungan, melakukan jual beli yang mengandung ketidakpastian, harga tidak sesuai dengan kualitas barang, dan tindakan-tindakan yang kurang baik lainnya dalam berekonomi.

Teladan dan tuntunan yang diberikan oleh Muhammad saw. dalam berbisnis ini makin banyak dibuktikan oleh teori-teori ekonomi dan manajemen modern yang makin mendekat pada ajaran-ajaran beliau. Teori itu mengajarkan tentang bagaimana seharusnya roda ekonomi digerakkan dan bagaimana bisnis itu dijalankan.

Itulah Muhammad saw., sang teladan hebat dalam berbisnis. Sekali lagi, aspek utama dalam bisnis ala Muhammad bukanlah keuntungan yang akan cepat hilang, melainkan kepercayaan dan proses bisnis itu sendiri. Selamat berbisnis, semoga Sang Nabi saw. senantiasa menjadi teladan Anda.

Money

is not

NUMBER ONE

capital business,

the

NUMBER ONE

capital

is **TRUST**

DAFTAR PUSTAKA

Agustian, Ary Ginanjar. 2006. *Emotional Spiritual Quotient*. Jakarta: Arga.

Al-Azzazi, Adil bin Yusuf. *Tamamul Minhah fi Fiqhil Kitab wa Shahihis Sunnah*. Jilid 3.

Antonio, Muhammad Syafii. 2007. *Muhammad saw. The Super Leader Super Manager*. Jakarta: Tazkia Multimedia & ProLM Centre.

Bashori, Muhammad H. 2014. *99 Inspirasi Pagi untuk Setiap Muslim*. Surakarta: Al Qudwah.

Fillah, Salim A. 2014. *Lapis-Lapis Keberkahan*. Yogyakarta: Pro U Media.

Huda, Nur Cholis. 2004. *Jalan Terpendek Menuju Tuhan*. Surabaya: Mediatama Press.

Huda, Nur Cholis. 2011. *Rumput Tetangga Tidak Lebih Hijau*. Surabaya: Hikmah Press.

Rifan, Ahmad Rifai. 2015. *Hidup Sekali Berarti Lalu Mati*. Jakarta: Elex Media Komputindo.

Rifan, Ahmad Rifai. 2015. *Tuhan Maaf Kami Sedang Sibuk*. Jakarta: Quanta.

Suara Muhammadiyah. 2015. *Tanya Jawab Agama Jilid 1*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.

Suara Muhammadiyah. 2015. *Tanya Jawab Agama Jilid 2*. Yogyakarta: Suara Muhammadiyah.

Kios Suara Hati. http://rikam9803.nomor1.com/rikam9803/kios-suara-hati.htm

Http://moveshoopp.blogspot.co.id

http://pengusahamuslim.com

TENTANG PENULIS



Faidatur Robiah yang akrab dipanggil Faida ini lahir di Desa Sembungan Kidul, Kec. Dukun, Kab Gresik, Jawa Timur, 20 Desember 1989 silam. Di tahun 2008, ia menempuh pendidikan sarjana di Jurusan Bimbingan dan Konseling, Universitas Negeri Malang.

Saat ini, ia aktif dalam dunia penulisan dan telah menulis beberapa karya, baik antologi maupun pribadi. Buku yang pernah ditulisnya, antara lain *Mawar di Serambi Masjid* (Genre Motivasi Islami diterbitkan

Quanta Elex Media Komputindo, Mei 2016), *Bingkisan Cinta untuk Suami: Mahir Membaca Isi Hati Sang Istri* (dalam proses terbit), *Jurus Jitu Memilih Jurusan Kuliah Sesuai Syar'i* (dalam proses terbit), dan beberapa buku lain yang masih dalam tahap penulisan.

Korespondensi dengan penulis dapat melalui email: faidawachid@gmail.com, HP 085 855 113 332, atau akun *facebook*: Faidatur Robiah.

PROFIT BERKAH UNTUNG BERLIMPAH

"Salah satu kecemerlangan Rasulullah adalah di bidang *entrepreneurship*. Dan baru sedikit buku yang mengulas Rasulullah sebagai seorang *entrepreneur* ulung itu. Buku karya Faidatur Robiah, sahabat saya, mengisi yang sedikit itu. Menarik sekali karya Mbak Faida ini. Selamat membaca."

—M. Husnaini, Penulis Buku-Buku Motivasi Islami—

"Berdagang atau berbisnis biasanya hanya terkait dengan urusan duniawi. Buku ini memberikan perspektif yang berbeda. Dengan menarik, penulis menunjukkan bahwa berbisnis juga dapat dikaitkan dengan nilai-nilai ukhrawi. Selamat untuk Mbak Faida yang berhasil membuat buku penting untuk para pebisnis."

—Hernowo Hasim, Penulis Buku Mengikat Makna—

"Buku Sahabat Faidatur Robiah ini menyelami resep dan membungkus rahasia serta strategi bisnis ala Nabi Muhammad saw. yang penuh keuntungan dan berkah berbasis kejujuran, amanah, tepat janji, penghormatan, dan penghargaan dengan sepenuh hati."

—Prof. Dr. H. Muhammad Chirzin, M.Ag., Guru Besar Tafsir Al-Qur'an UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Penulis Buku Kearifan Semesta: Inspirasi untuk Kesuksesan dan Kebahagiaan—

Tinta Medina
Creative Imprint of Tiga Serangkai

Jln. Dr. Supomo, No. 23, Solo 57141
Tel. (0271) 714344 (Hunting)
Faks. (0271) 713607
www.tigaserangkai.com
tspmf@tigaserangkai.co.id
Penerbit Tiga Serangkai
@Tiga_Serangkai